



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA DE EMPRESAS

TEMA:

“PROPUESTA TÉCNICA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL DE LOS
EMPREDIMIENTOS PRODUCTIVOS DE LA FUNDACIÓN
PROTECCIÓN Y DESCANSO, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2016”.

AUTORA:

RUTH NOEMÍ LÓPEZ CHICAIZA

RIOBAMBA-ECUADOR

2016

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. Ruth Noemí López Chicaiza, cumple con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Diego Ramiro Barba Bayas

DIRECTOR

Ing. Carlos Raúl García

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Ruth Noemí López Chicaiza, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 31 de mayo de 2016

Ruth Noemí López Chicaiza

C.I. 180446138-0

DEDICATORIA

Con cariño a mis padres que son ejemplo de esfuerzo, constancia y valentía, por brindarme su apoyo y una carrera para mi futuro, por su confianza de creer en mí siempre, por su amor incondicional y ser inspiración para superarme.

A mis familiares y amigos que estuvieron a mi lado brindándome su apoyo para continuar este objetivo.

A los ángeles preciosos de la Fundación Protección y Descanso, que a través de su cariño, amor y una sonrisa me brindaron su amistad y me enseñaron a disfrutar de cada momento.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por darme la vida y por el poder de su palabra que puso en mí para continuar esta lucha y permitirme el haber llegado hasta este momento importante de mi formación profesional.

A mis adorados padres por enseñarme valores que me han servido para conocer el mundo a través de mis ojos y valorar cada momento de la vida.

Al Ingeniero Diego Barba Bayas, director del tribunal por su valiosa guía, paciencia y experiencia para realizar este proyecto y hacer de este sueño una meta cumplida.

A la Ingeniera Denisse Pazmiño y al Ingeniero Carlos García, miembros del tribunal, por su desinteresada ayuda y sus conocimientos en realizar este trabajo.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

Portada	i
CERTIFICADO DEL TRIBUNAL	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
SUMARY	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Formulación del problema	5
1.1.2. Delimitación del problema.....	5
1.2. JUSTIFICACIÓN	6
1.3. OBJETIVOS	7
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	7
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	8
2.1.1. Antecedentes históricos	11
2.1.2. Situación actual de la Fundación Protección y Descanso	11
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	18
2.2.1. Gestión comercial de organizaciones sociales y humanitarias.	19
2.2.2. Responsabilidad Social	21
2.2.3. La Responsabilidad Social en el ámbito de la Discapacidad.....	23
2.2.4. Gestión socialmente responsable.	24

2.2.5.	Marketing social	26
2.2.6.	Autogestión comercial	28
2.2.7.	Sistema de gestión comercial.....	29
2.2.8.	Compromiso Voluntario	30
2.2.9.	Inclusión e Integración laboral	31
2.3.	HIPÓTESIS	39
2.4.	VARIABLES	39
2.4.1.	Variable independiente	39
2.4.2.	Variable dependiente	39
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		40
3.1.	MODALIDAD	40
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	40
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	41
3.4.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	43
3.5.	RESULTADOS	44
3.5.1.	Encuesta de las artesanías.	44
3.5.2.	Encuestas de fisioterapia.....	58
3.5.3.	Encuesta del servicio de lavandería	66
3.5.4.	Conclusión de los resultados obtenidos durante las encuestas de los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso.	78
3.6.	VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	79
3.6.1.	Método estadístico utilizado	79
3.6.2.	Planteamiento de la hipótesis.....	79
3.6.3.	Nivel de significancia	79
3.6.4.	Especificación de lo estadístico	80
3.6.5.	Recolección de datos y cálculo de lo estadístico	82
3.6.6.	Distribución de Chi Cuadrado	83
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		85
4.1.	TÍTULO	85
PROPUESTA TÉCNICA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL DE LOS EMPRESARIOS PRODUCTIVOS DE LA FUNDACIÓN PROTECCIÓN Y DESCANSO, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2016.....		85

4.2.	SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MICROEMPRESARIOS DE LA FUNDACIÓN PROTECCIÓN Y DESCANSO.....	85
4.2.1.	Terapias.....	86
4.2.1.1.	Terapia Física.....	86
4.2.1.2.	Terapia Ocupacional.....	88
4.2.1.3.	Microempresas y terapia ocupacional en la Fundación.....	88
4.3.	PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA LOS MICROEMPRESARIOS DE LA FUNDACIÓN PROTECCIÓN Y DESCANSO.....	100
4.3.1.	Diagnóstico de la situación	104
4.3.2.	Plan de acción	111
4.3.3.	Objetivo general.....	113
4.3.4.	Estrategia del Marketing Mix	113
4.3.5.	Campaña publicitaria	137
4.3.6.	Presupuestos y proyecciones	142
4.3.7.	Propuesta de imagen e identidad corporativa	149
	CONCLUSIONES	150
	RECOMENDACIONES.....	153
	BIBLIOGRAFÍA	156
	ANEXOS	158

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Hilo conductor	18
Figura 2. Principios de la gestión comercial con impacto social	25
Figura 3. Marketing social	26
Figura 4. Diagrama de relación Marketing Social	28
Figura 5. Sistema de gestión comercial	30
Figura 6. Alternativas en el proceso de integración laboral	33
Figura 7. Agentes que intervienen en el proceso de inserción laboral	34
Figura 8. Barreras de la inclusión laboral	37
Figura 9. Áreas de terapias	85
Figura 10. Proceso de elaboración de artesanías en madera	92
Figura 11. Proceso de reciclaje de papel	94
Figura 12. Proceso de elaboración de artesanías con material reciclado	95
Figura 13. Proceso lavado y secado	97
Figura 14. Hilo Conductor: Plan comercial	102
Figura 15. Análisis de la competencia	104
Figura 16. Matriz FODA	105
Figura 17. Matriz de Estrategias	106
Figura 18. Matriz EFI (Factores internos)	108
Figura 19. Matriz EFE (Factores externos)	110
Figura 20. Matriz de Plan de acción	112
Figura 21. Programa de publicidad en radio	140
Figura 22. Presupuesto del plan comercial	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Desagregación de la muestra por sexo	44
Tabla 2: Rango de edad	45
Tabla 3: Actividad económica de la muestra.....	46
Tabla 4: Conformación familiar	48
Tabla 5: Adquisición de artesanías	49
Tabla 6: Frecuencia de compra de artesanías	50
Tabla 7: Artesanías de Preferencia	51
Tabla 8: Conocimiento de la Fundación Protección y Descanso.....	52
Tabla 9: Artesanías que se elaboran en la Fundación Protección y Descanso	53
Tabla 10: Características de una tienda de artesanías acompetitiva.....	54
Tabla 11. Artesanías que les gusta a las personas.....	55
Tabla 12: Dinero destinado para comprar artesanías.....	56
Tabla 13: Preferencia de los medios de comunicación.....	57
Tabla 14: Utilización del servicio de fisioterapia	58
Tabla 15: Número de veces que han utilizado el servicio de fisioterapia.....	59
Tabla 16: Conocimiento de la Fundación Protección y Descanso.....	61
Tabla 17. Personas que utilizarían los servicios de fisioterapia	62
Tabla 18: Características del servicio de fisioterapia	63
Tabla 19. Personas dispuestas a pagar por el servicio de fisioterapia	64
Tabla 20: Preferencia de los medio de comunicación	65
Tabla 21: Desagregación de la muestra por sexo	66
Tabla 22. Rango de edades	67
Tabla 23. Actividad económica de la muestra.....	68
Tabla 24: Miembros de la familia.....	69
Tabla 25. Lugar de lavado de ropa	70
Tabla 26. Frecuencia de lavado de ropa	71
Tabla 27: Conocimiento de los servicios de lavandería que ofrece la Fundación Protección y Descanso	72
Tabla 28. Utilización del servicio de lavandería.....	73
Tabla 29: Días preferidos para usar el servicio de lavandería	74

Tabla 30. Aspectos importantes del servicio de lavandería.....	75
Tabla 31: Precio por kg de ropa lavada y secada.....	76
Tabla 32: Opciones para dejar en el servicio de lavandería	77
Tabla 33. Frecuencias observadas	80
Tabla 34. Frecuencias esperadas.....	81
Tabla 35. Grados de libertad.....	81
Tabla 36. Cálculo del chi cuadrado tabla.....	82
Tabla 37. Chi-cuadrado claculado	83
Tabla 38. Precio de venta de artesanías en madera.....	120
Tabla 39. Depreciación de maquinas para artesanías	121
Tabla 40. Precio de venta de artesanías con material reciclado (libretas)	122
Tabla 41. Depreciación de máquinas para lavandería	123
Tabla 42. Precio de venta por kilogramo	124
Tabla 43. Depreciación de equipos de fisioterapia	125
Tabla 44. Precio del servicio de masaje profesional.....	126
Tabla 45. Precio por servicio rehabilitación termoterapia.....	127
Tabla 46. Precio por servicio rehabilitación mecanoterapia.....	128
Tabla 47. Proyección de ventas en unidades (artesanías).....	143
Tabla 48. Proyección de ventas en costos (artesanías)	144
Tabla 49. Utilidad mensual del año 2016 (artesanías).....	145
Tabla 50. Proyección en ventas (artesanías).....	145
Tabla 51. Proyección de ventas en unidades (lavandería)	146
Tabla 52. Proyección de ventas en costos (lavandería)	146
Tabla 53. Utilidad mensual del año 2016 (lavandería).....	146
Tabla 54. Proyección en ventas (lavandería)	146
Tabla 55. Proyección de ventas en unidades (fisioterapia).....	147
Tabla 56. Proyección de ventas en costos (fisioterapia)	147
Tabla 57. Utilidad mensual del año 2016 (fisioterapia).....	148
Tabla 58. Proyección en ventas (fisioterapia).....	148
Tabla 59. Proyección de utilidades	148

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Población de muestra.....	41
Gráfico 2. Desagregación de la muestra por Sexo.....	44
Gráfico 3. Rango de edad	45
Gráfico 4. Actividad económica de la muestra.....	46
Gráfico 5. Conformación familiar	48
Gráfico 6 Adquisición de artesanías	49
Gráfico 7. Frecuencia de compra de artesanías	50
Gráfico 8. Artesanías de Preferencia	51
Gráfico 9. Conocimiento de la Fundación Protección y Descanso.....	52
Gráfico 10. Artesanías que se elaboran en la Fundación Protección y Descanso	53
Gráfico 11. Características de una tienda de artesanías competitiva.....	54
Gráfico 12. Artesanías que les gusta a las personas	55
Gráfico 13. Dinero destinado para comprar artesanías.....	56
Gráfico 14. Preferencia de los medios de comunicación.....	57
Gráfico 15. Utilización del servicio de fisioterapia	58
Gráfico 16. Número de veces que han utilizado el servicio de fisioterapia.....	59
Gráfico 17. Conocimiento de la Fundación Protección y Descanso.....	61
Gráfico 18. Personas que utilizarían los servicios de fisioterapia	62
Gráfico 19. Características del servicio de fisioterapia	63
Gráfico 20. Personas dispuestas a pagar por el servicio de fisioterapia	64
Gráfico 21. Preferencia de los medio de comunicación	65
Gráfico 22. Desagregación de la muestra por sexo	66
Gráfico 23. Rango de edades	67
Gráfico 24. Actividad económica de la muestra.....	68
Gráfico 25. Miembros de la familia.....	69
Gráfico 26. Lugar de lavado de ropa	70
Gráfico 27. Frecuencia de lavado de ropa	71
Gráfico 28. Conocimiento de los servicios de lavandería que ofrece la Fundación Protección y Descanso	72
Gráfico 29. Utilización del servicio de lavandería	73
Gráfico 30. Días preferidos para usar el servicio de lavandería	74
Gráfico 31. Aspectos importantes del servicio de lavandería.....	75

Gráfico 32. Precio por kg de ropa lavada y secada.....	76
Gráfico 33. Opciones para dejar en el servicio de lavandería	77
Gráfico 34. Distribución de chi cuadrado	84
Gráfico 35. Canal de distribución directa	129
Gráfico 36. Diseño del catálogo de los artesanías	131
Gráfico 37. Etiqueta para las artesanías	136
Gráfico 38. Diseño de fundas plásticas para lavandería	136
Gráfico 39. Págin web de la Fundación Protección y Descanso	138
Gráfico 40. Redes sociales de la Fundación Protección y Descanso	139
Gráfico 41. Tarjeta de presentación	140
Gráfico 42. Hoja volante.....	141

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Glosario de términos	158
Anexo 2. Cuestionarios.....	160
Anexo 3. Observación.....	163

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo principal diseñar una “Propuesta Técnica de Gestión Comercial, para los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso” que originan la comercialización de los bienes y servicios producidos por Personas con Discapacidad, en un mercado de consumidores responsables que valoren cierta gestión social y humanitaria.

Las técnicas que se utilizaron para cumplir con los objetivos de la investigación son la encuesta y la observación, mismos que sirvieron para analizar la proyección del mercado y los microemprendimientos (artesanías, lavandería y fisioterapia), donde se puedan comercializar los bienes y servicios producidos.

La propuesta parte del diagnóstico el cual detalla información de los microemprendimientos, el proceso de elaboración de las artesanías y prestación de servicio de lavandería y terapia física, luego se plantea estrategias y un plan comercial para promocionar a través de una campaña publicitaria los bienes y servicios que sirven para facilitar el acceso al mercado competitivo, de consumidores responsables y consientes del trabajo significativo que realizan los jóvenes y adultos con Discapacidad Intelectual, a través de la formulación de tácticas encaminadas a fortalecer el proceso de comercialización y ventas. Por último se realiza proyecciones para identificar la factibilidad y crecimiento de los emprendimientos para el mediano y largo plazo. Para el trabajo se recomienda aplicar la estrategia de comercialización para insertar los microemprendimientos en el mercado potencial e incrementar las ventas y solventar los gastos que ocasionan al elaborar dichos bienes y servicios.

Palabras clave: *Personas con Discapacidad, microemprendimientos, gestión comercial.*

Ing. Diego Ramiro Barba Bayas
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMARY

The main purpose of this degree study is to design a “Technical Proposal of Commercial Management for productive enterprises from Protection and Rest Foundation, “Which guides the commercialisation of goods and services produced by disabled people into a market of responsible consumers that appreciate certain social and humanitarian management.

Both, survey and observation were techniques used to accomplish the objectives of this research. These techniques were useful to analyse the market projection and microenterprises (handicraft, laundry and physiotherapy), where the goods and services produced can be commercialized.

This proposal arises from a deep diagnostic providing detailed information about microenterprises, the process of handicrafts manufacture, and the provision of laundry and physical therapy services, then, a commercial plan and strategies were set in order to promote the different goods and services by an advertising campaign. They make possible to access to the competitive market of responsible and conscious consumers who value the significant work performed by youth and adults with intellectual disability by means of the formulation of tactics aimed to strengthen the process of marketing and sales. Finally projections to determine the feasibility and the entrepreneurship growth at mid and long term.

To conduct this work it is recommended to put into practice the marketing strategy to insert the microenterprises in the potential market and increase sales and afford the expenses that the production of those goods and services causes.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación denominado “Propuesta técnica para la gestión comercial de los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo” es para fortalecer la comercialización de artesanías, servicio de lavandería y fisioterapia, con el fin de mejorar la calidad de vida de las Personas con Discapacidad para que tengan una oportunidad de vida digna a través de su esfuerzo en el ámbito social y laboral.

En base a las actividades micro empresariales que realizan los beneficiarios a través de terapias físicas y ocupacionales, sean cumplidas con eficacia, mediante la aplicación de estrategias para difundir la comercialización de los bienes y servicios es importante el compromiso de los padres de familia y profesionales que están encaminados al cumplimiento de sus objetivos, con el fin de dar una vida digna a los jóvenes y adultos con discapacidad para incluirlos en el ámbito social.

La ejecución del trabajo de investigación se desarrolló en base a una propuesta para comercializar los bienes y servicios de la Fundación del cual se muestra de manera precisa y se describe en cuatro capítulos:

En el primer capítulo se generaliza el tema y el problema de investigación, donde se detalla el planteamiento, formulación, delimitación del problema, con la debida justificación y los objetivos que se deben cumplir en la ejecución del trabajo.

El segundo capítulo habla de los antecedentes investigativos e históricos en la cual se describe información de la Fundación, así como la fundamentación teórica en donde se resaltan los aspectos conceptuales del hilo conductor, también se plantea la hipótesis con sus respectivas variables.

El tercer capítulo hace referencia al estudio metodológico que contiene la modalidad, tipos de investigación, la población y muestra, así como los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizan para conocer la situación actual de los microemprendimientos de manera interna y externa, también se detalla los resultados, análisis e interpretaciones de la encuesta y verificación de la hipótesis por medio del método estadístico del Chi-cuadrado.

Al final el capítulo cuarto se presenta la propuesta a la investigación detallando estrategias para cada microemprendimiento de artesanías, servicio de lavandería y fisioterapia, así mismo de muestra proyecciones para los bienes y servicios, con las debidas conclusiones y recomendaciones del trabajo final.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hay interesantes experiencias en el mundo, relacionadas con la inclusión laboral de las Personas con Discapacidad intelectual, promovidas por centro de rehabilitación que a su vez para efectos de rehabilitación, generan terapias laborales a partir de la creación de microempresas auto gestionarias, donde ellos son los principales protagonistas.

Para ejemplarizar aquello, es importante hablar de la experiencia española al respecto, en Madrid – España el promover y facilitar el desarrollo de una cultura emprendedora a las Personas con Discapacidad es un factor muy importante en la sociedad, tal es el caso de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) y Fundación Konecta forman emprendimientos a través de proyectos de estudiantes graduados y en posgrado, para la creación de microempresas que contribuyan el desarrollo de sus capacidades y destrezas logrando mejorar su calidad de vida y brindándoles igualdad de oportunidades en el ámbito social y laboral.

En nuestro país también existe programas que ayude a promover y fortalecer la protección de los derechos de las Personas con Discapacidad, como: Misión Solidaria Manuela Espejo y Joaquín Gallegos Lara, que trabajan conjuntamente para mejorar sus condiciones de vida de e incrementar personas beneficiadas, a través de ayuda técnica donde se los registran a nivel nacional, y se recoge casos críticos detectados de Personas con Discapacidad física e intelectual que viven en condiciones de pobreza extrema, para hacer entrega de sillas de ruedas, baños, bastones, prótesis, kits, camas, entre otros instrumentos y bonos que sirven para mejorar la calidad la calidad de vida y promover el desarrollo social del sector vulnerable de la población. A pesar de estos programas existe baja cobertura en creación de microempresas para que estas personas se involucren en el ámbito laboral y puedan desenvolverse naturalmente en la sociedad por medio de su propio trabajo, obteniendo igualdad de oportunidades y mejorando calidad de vida.

En Riobamba, la Imprenta Braille es una empresa de personas con discapacidad visual, que brinda una alternativa de inclusión y acceso a la información en el sistema de escritura braille a personas con discapacidad visual de todo el país, para fomentar la educación y

aprendizaje de las personas no videntes, logrando que con sus propios medios mejoren su condición de vida y tengan oportunidad de trabajo en la sociedad.

La Fundación Protección y Descanso nace a raíz de la necesidad de los padres que por su diaria convivencia y procurando el bienestar integral de su hijo/a con discapacidad intelectual, han visto en el compromiso de buscar mecanismos, estrategias, gestionar recursos e iniciar el trabajo de un proyecto encaminado a la creación de un centro de terapias, para que a través de los procesos de rehabilitación ayuden a mejorar su estado físico, emocional y psicológico, en vista de la carencia de centros que atiendan las necesidades de las Personas con Discapacidad intelectual luego de egresar de los centros de educación especial, tiende a llevar a la práctica una filosofía de trabajo apoyada por las investigaciones de numerosos expertos en el campo de la discapacidad intelectual y de la calidad de vida, para permitir a las Personas con Discapacidad mejorar su condición y alcanzar niveles de desempeño funcional.

La Fundación al ser una organización sin fines de lucro que está dirigida a atender a jóvenes y adultos con discapacidad intelectual, en áreas de; terapia ocupacional, terapia física, terapia virtual, hidroterapia y apoyo pedagógico, también ha implementado para complementar los proceso de terapia ocupacional, microempresas de artesanías, reciclaje y lavado y secado de ropa, que permitan a los beneficiarios desarrollar habilidades de motricidad y aprendizaje continuo, tendientes a mejorar su calidad de vida.

Pero dichas actividades productivas (tres de ellas en funcionamiento) carecen de una estructura comercial, con una tecnología mínima y aparentemente indispensable, con un mercado que es cautivo, con un periodo medio de maduración de la inversión largo, hecho que no posibilita generar mayores volúmenes de una producción debido a la falta de planificación que impide realizar actividades comerciales adecuadas y oportunas para un mercado permanente de consumidores responsables, al saber del origen de la elaboración, no tendrían reparo para adquirir el bien o servicio.

Estas carencias obligan a efectuar extremados esfuerzos en una fundación cuyos socios son los padres de familia de los beneficiarios, la gran mayoría de ellos padres de edad avanzada y niveles de pobreza preocupantes, razón suficiente para pensar en reestructurar un plan de marketing y proponer estrategias comerciales ligadas más a la terapia ocupacional y la prestación de servicios al público en general en cuanto a lavado y secado de ropa y fisioterapia, que podría ser una alternativa de ingresos tantos para la fundación

como para cada uno de los beneficiarios, que ayuden a continuar con sus terapias y sea de ayuda para su desarrollo físico, así mismo también deberán convertirse en los impulsores de ventas de sus empresas, lo cual dinamizaría en proceso de producción e inserción novedosa en el mercado.

1.1.1. Formulación del problema

¿En qué beneficia la creación de una propuesta técnica de gestión comercial para los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2016?

1.1.2. Delimitación del problema

CONTENIDO

- ✓ Campo: Emprendimientos (Grupos vulnerables)
- ✓ Área: Gestión Empresarial
- ✓ Aspecto: Autogestión Socialmente Responsable

ESPACIAL

- ✓ Provincia: Chimborazo
- ✓ Cantón: Riobamba
- ✓ Parroquia: Velasco
- ✓ Sector: Barrio Loma de Quito
- ✓ Localidad: Junín 3119 entre Mayor Ruiz y Francia

TEMPORAL

- ✓ 2015-2016

1.2.JUSTIFICACIÓN

Con la elaboración de la propuesta técnica de gestión comercial para los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso, se desarrollarán soluciones con respecto a la comercialización de emprendimientos basados en la terapia ocupacional como elaboración de artesanías mediante el diseño de una estructura comercial apropiada que permita administrar, dirigir y controlar los procesos de comercialización y tomar decisiones adecuadas para generar ingresos que beneficien a las Personas con Discapacidad en las diferentes áreas que brinda la fundación, como es: terapia ocupacional, terapia física, terapia virtual, hidroterapia y apoyo pedagógico.

Con la investigación de mercado permitirá definir mecanismos necesarios para el procesamiento de información de datos que facilita el diseño de estrategias con el fin de conocer los productos que más aceptación van a tener en el mercado, y los servicios de lavandería y fisioterapia que ofrece la Fundación. De esta manera lograr insertar la participación de los microemprendimientos en el mercado para obtener beneficios y generar rentabilidad.

Por otra parte la carencia de promotores se resolvería realizando capacitaciones continuas a los jóvenes y adultos con Discapacidad que posean características específicas de vender, como atención al cliente y carisma, logrando que ellos mismo oferten sus bienes y servicios al público en general y mostrar sus habilidades en cuanto a la elaboración de artesanías en el área de terapia ocupacional y así mismo mostrar sus estrategias de marketing y publicidad, lo cual permitirá que ellos se conviertan además en productores e impulsores de ventas de sus propios emprendimientos y se desenvuelvan en otras áreas a más de sus actividades, para ayudar al desarrollo de sus habilidades y destrezas y tener una mejor calidad de vida.

1.3.OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- ✓ Realizar una propuesta técnica para la gestión comercial para los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un diagnóstico sobre la situación actual de las microempresas de la Fundación.
- ✓ Realizar una investigación de mercado para colocar los productos de las microempresas de la Fundación.
- ✓ Diseñar estrategias de comercialización con el fin de insertar la participación de las microempresas de la Fundación Protección y Descanso en el mercado.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1.ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Existen investigaciones relacionadas con la gestión comercial en instituciones que generan servicios para las Personas con Discapacidad Intelectual, que serán referenciadas para acentuar la manera como se deben administrar estos tipos de organismos generalmente conformados por voluntarios (as) y apoyo del Estado.

En relación diseño de un centro ocupacional (CO), (Oriol Guim Marzo, 2015), sostiene que la intervención en un CO “Pretende facilitar y mejorar la adaptación de las Personas con Discapacidad Intelectual en los diferentes ámbitos de la vida, teniendo en cuenta el área laboral y el área social del individuo”, en tal virtud la estructura organizacional sugerida por el autor mencionado están relacionadas con “ Desarrollo Humano, Educación y enseñanza, Vida en el hogar, Vida comunitaria, Trabajo, Salud y seguridad conductual, social , protección y defensa”.

En relación al caso español los centros para este tipo de discapacidades denominados Centros especiales de auto empleo, debe solicitar a la administración pública su clasificación para que se determine su naturaleza, es decir alcanzar el registro público con fines de control para poder recibir ayudas públicas. “Los requisitos normativos establecidos en España establecen que los centros deben estar formados por al menos 70% de Personas con Discapacidad superior al 33% y estar inscritos en el registro autonómico correspondiente.” (Gobierno de España, 2012).

La (Ley Orgánica de Discapacidades, 2012) señala en el art. 49.- “Deducción por inclusión laboral”.- Se podrán constituir centros especiales de empleo público o privados con sujeción a la Ley integrados por al menos un ochenta por ciento (80%) de trabajadores con discapacidad, los mismos que deberán garantizar condiciones adecuadas de trabajo. Para el efecto, las autoridades nacionales competentes en regulación tributaria y los gobiernos autónomos descentralizados crearán incentivos tributarios orientados a impulsar la creación de estos centros. Este artículo define que se debe impulsar a la creación de centros especiales de empleo para las Personas con Discapacidad.

La (Ley Orgánica de Discapacidades, 2012) señala en su Artículo 101.- “De las Entidades rectoras y ejecutoras.-Las autoridades nacionales y seccionales, los gobiernos autónomos descentralizados y los organismos especializados en la protección de derechos en todos los niveles de gobierno, dentro del ámbito de sus competencias, serán las encargadas de ejecutar las políticas públicas implementadas por las funciones del Estado instituciones de los sectores público y privado, para la plena vigencia y ejercicio de los derechos de las Personas con Discapacidad establecidos en la Constitución de la República, los tratados e instrumentos internacionales y esta Ley; así como, aquellos derechos que se derivan de leyes conexas”. Este artículo especifica que las instituciones privadas sean estas fundaciones o institutos ejecutan la política pública con respecto a la atención integral en este ámbito.

Así mismo se menciona la inclusión e integración laboral de personas con discapacidad para impulsar el empleo a través de programas y proyectos que realiza el (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2014), permitiendo proteger el derecho al trabajo así como las políticas laborales, como se menciona en la (Ley Orgánica de Discapacidades, 2012), Artículo 47.- Inclusión laboral.- La o el empleador público o privado que cuente con un número mínimo de veinticinco (25) trabajadores está obligado a contratar, un mínimo de cuatro por ciento (4%) de personas con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condiciones físicas y aptitudes individuales, procurando los principios de equidad de género y diversidad de discapacidades. El porcentaje de inclusión laboral deberá ser distribuido equitativamente en las provincias del país, cuando se trate de empleadores nacionales; y a los cantones, cuando se trate de empleadores provinciales. El trabajo que se asigne a una persona con discapacidad deberá ser acorde a sus capacidades, potencialidades y talentos, garantizando su integridad en el desempeño de sus labores; proporcionando los implementos técnicos y tecnológicos para su realización; y, adecuando o readecuando su ambiente o área de trabajo en la forma que posibilite el cumplimiento de sus responsabilidades laborales.

Artículo 45.- Derecho al trabajo.- Las personas con discapacidad física, intelectual o de otra índole, tienen derecho a acceder a un trabajo remunerado en condiciones de igualdad y a no ser discriminadas en las prácticas relativas al empleo, incluyendo los procedimientos para la aplicación, selección, contratación, capacitación e indemnización

de personal y demás condiciones establecidas en los sectores público y privado. Artículo 46.- Políticas laborales.- El Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades en coordinación con la autoridad nacional encargada de las relaciones laborales formulará las políticas sobre formación para el trabajo, empleo, inserción y reinserción laboral, readaptación profesional y reorientación ocupacional para personas con discapacidad, y en lo pertinente a los servicios de orientación laboral, promoción de oportunidades de empleo, facilidades para su desempeño, colocación y conservación de empleo para personas con discapacidad, aplicando criterios de equidad de género.

Con éstos elementos de análisis referidos, es posible visualizar que la propuesta de gestión comercial para la Fundación Protección y Descanso, proyecta con sus servicios, la dinamización de un centro especializado de preparación empleo para sus beneficiarios, aunque sigue siendo desfavorable para personas con éste tipo de discapacidad, lograr que las empresas locales los acojan no porque la ley así lo dispone, sino desde la perspectiva del acogimiento humano y solidario que requieren dichas personas, así como también la opción de incrementar el autoempleo a través de las microempresas que brinda la Fundación como parte de terapia ocupacional.

Cabe señalar que en Riobamba, coexisten por lo menos tres institucionales a más de la Fundación, que entienden Discapacidad Intelectual. Una Educativa del Estado llamada “Carlos Garbay” que atiende a niños y jóvenes hasta que alcanzan los 18 años, de allí la política pública no ha generado alternativas que permitan seguir con los procesos iniciados que en el caso de este tipo de discapacidades se diluyen si no hay continuidad.

La otra administrada por el GAD Municipal en convenio con el MIES llamada “El Despertar de los Ángeles, dedicada a rehabilitación en especial de niños con discapacidad y otra privada que atiende caso de síndrome de Down.

La única que atiende a personas mayores de 18 años con Discapacidad Intelectual es la Fundación Protección y Descanso, por ello es fundamental diseñar una propuesta de gestión comercial para que los emprendimientos que se realizan puedan ser comercializados a nivel local y quienes hacen partícipes de este acto son las personas con discapacidad, que hacen esta obra basada en el amor y el trabajo en equipo de profesionales, padres de familia y beneficiarios.

2.1.1. Antecedentes históricos

2.1.2. Situación actual de la Fundación Protección y Descanso

La “Fundación Protección y Descanso”, fue creada mediante acuerdo ministerial N° 062, con personería jurídica otorgada por el entonces Ministerio de Bienestar Social del Ecuador, el 18 de diciembre del 2002; es una entidad de carácter eminentemente social, sin fines de lucro, que busca proteger al sector más vulnerable de la población, que son las Personas con Discapacidad Intelectual.

La Fundación Protección y Descanso se crea como una alternativa por la falta de centros especializados que atiendan las necesidades de las Personas (jóvenes y adultos) con Discapacidad Intelectual, quienes luego de egresar de los centros de educación especial regentados por el Estado, son reclusos en sus casas o deambulan por la calle corriendo los más variados riesgos y hasta agresiones de las que son objeto.

En virtud de ello, la Fundación fue constituida por 26 Padres de familias de Personas con Discapacidad Intelectual, quienes viven, atienden y día a día se insertan en el mundo de sus hijo y justamente en este espacio, llevan a la práctica una filosofía de trabajo apoyada por las investigaciones de numerosos expertos en el campo de la Discapacidad Intelectual para mejorar la calidad de vida de sus hijos.

Con los esfuerzos realizados por la Fundación y el apoyo de DEPOPECH y el MIES comienza a brindar atención desde el mes de enero del 2009, a 12 Personas con Discapacidad Intelectual, comprendidas entre los 16 y 39 años; luego se incrementa la población a 25 personas y posteriormente a 30 personas, siendo su proyección alcanzar 100 beneficiarios.

El objetivo fundamental es fortalecer el centro diario del buen vivir para Personas con Discapacidad Intelectual, para que pueda continuar brindándoles servicios que les ayude a tener una vida digna a través de terapia física, talleres ocupacionales, alimentación y recreación.

Para cumplir con el objetivo planteado, se ha logrado que los beneficiarios tengan un lugar donde recibir sus terapias: física y ocupacional, con lo cual van mejorando sus

habilidades motoras que fortalecen el desarrollo y equilibrio físico, mental y emocional, además su concentración, motricidad fina, y gruesa, aprestamiento y tolerancia al trabajo; en ciertos casos el desarrollo de su autonomía y autoestima.

Para lograr los resultados deseados en el desarrollo de sus actividades, se les proporciona la alimentación de acuerdo a normas nutricionales. Actualmente se brindan servicios en horario de 9 de la mañana hasta las 16:H30 horas, en las áreas de: terapia física, aromaterapia, hidroterapia, refuerzo pedagógico, terapia ocupacional, manualidades, lavado y secado de ropa, terapia virtual, reciclaje de papel.

2.1.2.1.Misión

Conseguir la rehabilitación integral (física, psicoterapéutica, ocupacional) para lograr que sean seres independientes y en un futuro puedan insertarse en un futuro próximo al campo productivo. (Fundación Protección y Descanso, 2015)

2.1.2.2.Visión

A través del trabajo solidario, cooperativo y en equipo, ser un centro de atención integral donde se brinde servicios de óptima calidad con calidez a nuestros usuarios. (Fundación Protección y Descanso, 2015).

2.1.2.3.Valores

En la Fundación trabajamos basándonos en la honestidad, respeto, profesionalismo, solidaridad, lealtad, responsabilidad, constancia y amor. (Fundación Protección y Descanso, 2015).

2.1.2.4.Objetivos

Los Objetivos de la Fundación Protección y Descanso según los estatutos son los siguientes:

- a)** Realizar todas las acciones tendientes a lograr el efectivo cumplimiento de los derechos y beneficios constantes en leyes, decretos y reglamentos que amparen a las personas con DEFICIENCIA MENTAL, PARALISIS CEREBRAL, AUTISMO Y SINDROME DE DAWN.
- b)** Gestionar ante cualquier organización, nacional o internacional, pública o privada para que los derechos que consten en los acuerdos internacionales, Constitución de la república, leyes, decretos, acuerdos y reglamentos se otorguen a las personas mencionadas en el literal anterior.
- c)** Promover el mejoramiento y bienestar de las personas a las que se refiere el literal a.
- d)** Realizar estudios de pre factibilidad y factibilidad para la creación y puesta en marcha de residencias para las personas mencionadas en el literal a), sus padres y de manera general los ancianos que las requieren.
- e)** Las residencias mencionadas en el literal d) serán administradas por padres de familia y se registrarán por su propio reglamento.
- f)** Planificar, organizar, dirigir y controlar, con solvencia moral un sistema de prepago de residencia de las personas mencionadas. Sistema que se registrará por su propio reglamento.
- g)** Establecer y fomentar las relaciones que sean convenientes para los fines propuestos con organismos públicos y privados, tanto nacionales como extranjeros.
- h)** Administrar los bienes de las personas mencionadas en el literal a), que hayan quedado huérfanas de padre y madre y que bajo testamento dejaren sus progenitores a la Fundación para que los administre.
- i)** Administrar los bienes de ambos padres de familia o de uno de ellos, de las personas mencionadas en el literal a), que lo solicitaren por escrito a la Fundación. Si la solicitud es aceptada se deberá realizar y legalizar la respectiva escritura pública.
- j)** Planificar, organizar, dirigir y controlar la unidad de Auditoria Social, la misma que funcionará bajo sus propios reglamentos y cuyo objetivo fundamental será el de asegurar un óptimo trato a la persona con discapacidad, huérfana de padre y madre por parte de sus tenedores, tutores o representantes legales.
- k)** Servir de centro de información de intercambio de idea y experiencias sobre problemas relacionadas con las personas con discapacidad.
- l)** Buscar y conseguir a nivel nacional e internacional, padrinos y madrinas para que financien los costos de los servicios que utilicen sus ahijados.

- m) Promover actividades educativas, culturales, sociales y de capacitación laboral para personas con necesidades educativas especiales y con discapacidades.
- n) Fomentar y asegurar que personas con necesidades educativas especiales y con discapacidad tengan iguales oportunidades para participar en programas de integración educativa, social y laboral de la comunidad.
- o) Planificar, organizar, dirigir y controlar talleres protegidos y unidades de servicio para las personas mencionadas en el literal a), que se regirán por sus propios reglamentos. (Estatuto de la Fundación Protección y Descanso, 2000-2001).

2.1.2.5.Niveles

La Fundación Protección y Descanso tomando en cuenta el grado de Discapacidad Intelectual que tienen cada uno de los participantes se los ha agrupado por niveles: primer nivel Retardo mental grave, segundo nivel: retardo mental Moderado, tercer nivel: retardo mental leve.

2.1.2.6.Servicios que presta la Fundación

Actualmente la Institución presta los siguientes servicios:

- ✓ **Cuidado Diario.-** Las Personas con Discapacidad que tienen un nivel de afectación alto, les impide moverse por sí solos, en algunos casos utilizan silla de ruedas, en otros necesitan ayuda permanente o parcial, en ocasiones hay que alimentarlos y atenderles sus necesidades.
- ✓ **Terapia Ocupacional.-** Se ocupa de las actividades o labores no productivas realizadas por los usuarios de acuerdo a sus condiciones individuales, bajo la orientación del Personal Técnico del Centro, mediante actividades lúdicas recreativas y educativas, procurando recuperar, mantener y potenciar las capacidades, trabajando en el área



motriz, cognitiva y actividades de la vida diaria, encaminadas a la obtención de objetos, productos o servicios, los mismos que se realizan tomando en cuenta el grado de discapacidad, desarrollando y potenciando sus habilidades, en: manualidades en madera, plástico, reciclaje de papel, lavado y secado de ropa.

- ✓ **Refuerzo pedagógico.-** Nuestro objetivo en esta área es: Ayudar a las personas que asisten a la Institución los medios y el apoyo que necesitan para no retroceder en el aprendizaje que han adquirido, además potenciando sus habilidades y capacidades para eliminar todas las barreras en su proceso de desarrollo, manteniendo y/o mejorando la percepción, atención, memoria, vista y lenguaje que son considerados procesos cognitivos básicos que le permiten relacionarse con el mundo exterior y desenvolverse en un ambiente óptimo para sus bienestar emocional.



- ✓ **Fisioterapia.-** El área de fisioterapia ayuda a las Personas con Discapacidad en el tratamiento terapéutico para evitar deformaciones, prevenir la atrofia por falta de uso, evitar que los músculos se inmovilicen con una postura rígida y anormal, mejorar el desarrollo motor, buscando movilidad, función y percepción.



- ✓ **Hidroterapia.-** Las actividades acuáticas son muy variadas es indudable el aspecto terapéutico de agua y su impacto en el mejoramiento de la calidad de vida de las Personas con Discapacidad. Es importante hacer notar que la actividad acuática tiene un alto impacto que favorece el desarrollo no sólo del aspecto físico, sino del afectivo y emocional.



- ✓ **Aromaterapia.-** Al realizar terapia de masajes y ejercicios se consigue relajación para que las Personas con Discapacidad, mejoren la circulación, reduzcan el dolor en los músculos y eliminar el estrés.



- ✓ **Terapia virtual.-** En esta área se estimulan las destrezas cognitivas, motrices, auditivas y se promueve el entorno interactivo, mediante conocimientos básicos de computación, con la finalidad de que las Personas con Discapacidad puedan constituirse en el soporte necesario para desarrollar actividades esenciales de la vida cotidiana.



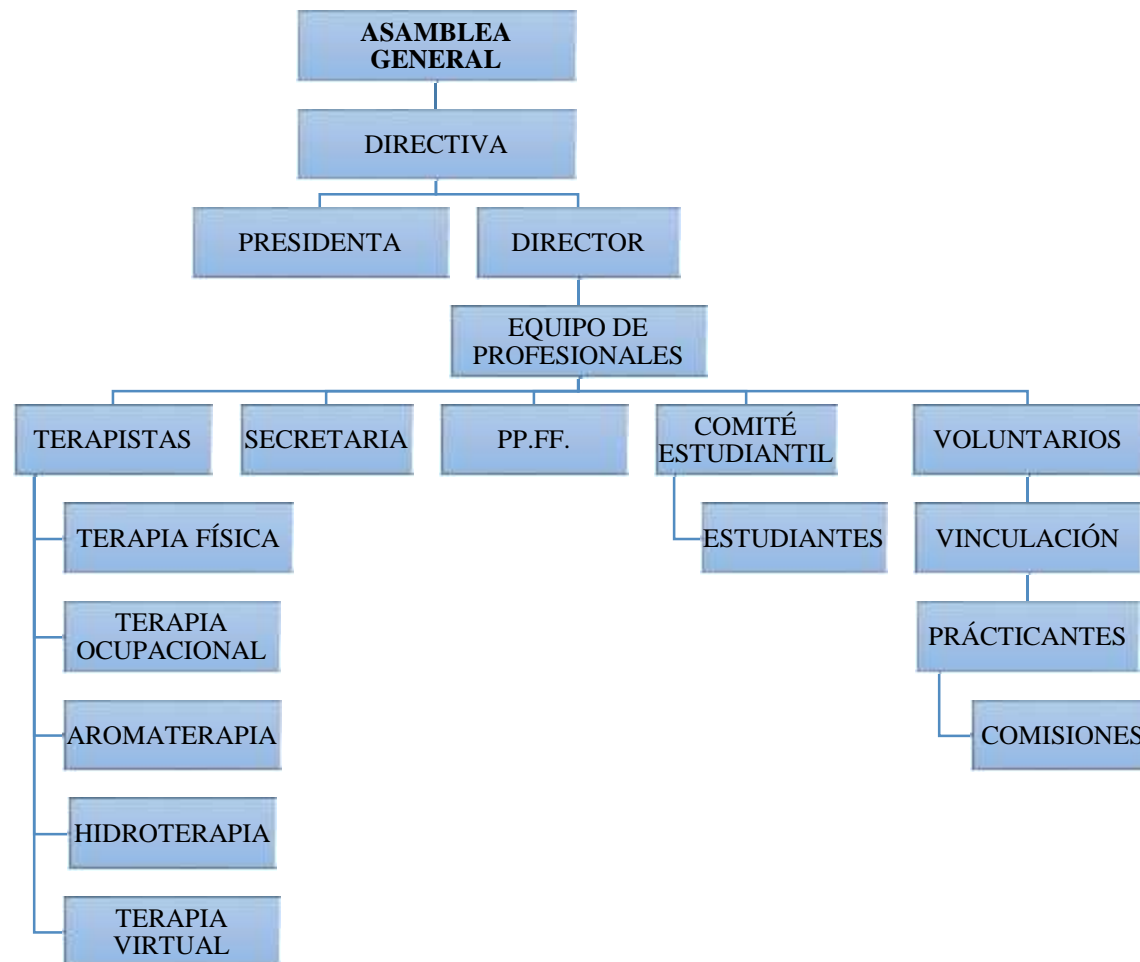
2.1.2.7.Programas

- ✓ Protección y cuidado diario;
- ✓ Terapia física
- ✓ Talleres ocupacionales
- ✓ Nutrición
- ✓ Recreación y deportes
- ✓ Inclusión social.

2.1.2.8.Proyectos

- ✓ Elaboración y utilización del papel reciclado en la elaboración de: libretas, tarjetas, llaveros, pulseras.
- ✓ Elaboración de bombillos con mullos y tela
- ✓ Elaboración de trabajos en madera como: porta huevos, paneras, porta retratos, servilleteros, cofres en madera; y Lavado y secado de ropa.

2.1.2.9. Organigrama Estructural Actual de la Fundación Protección y Descanso



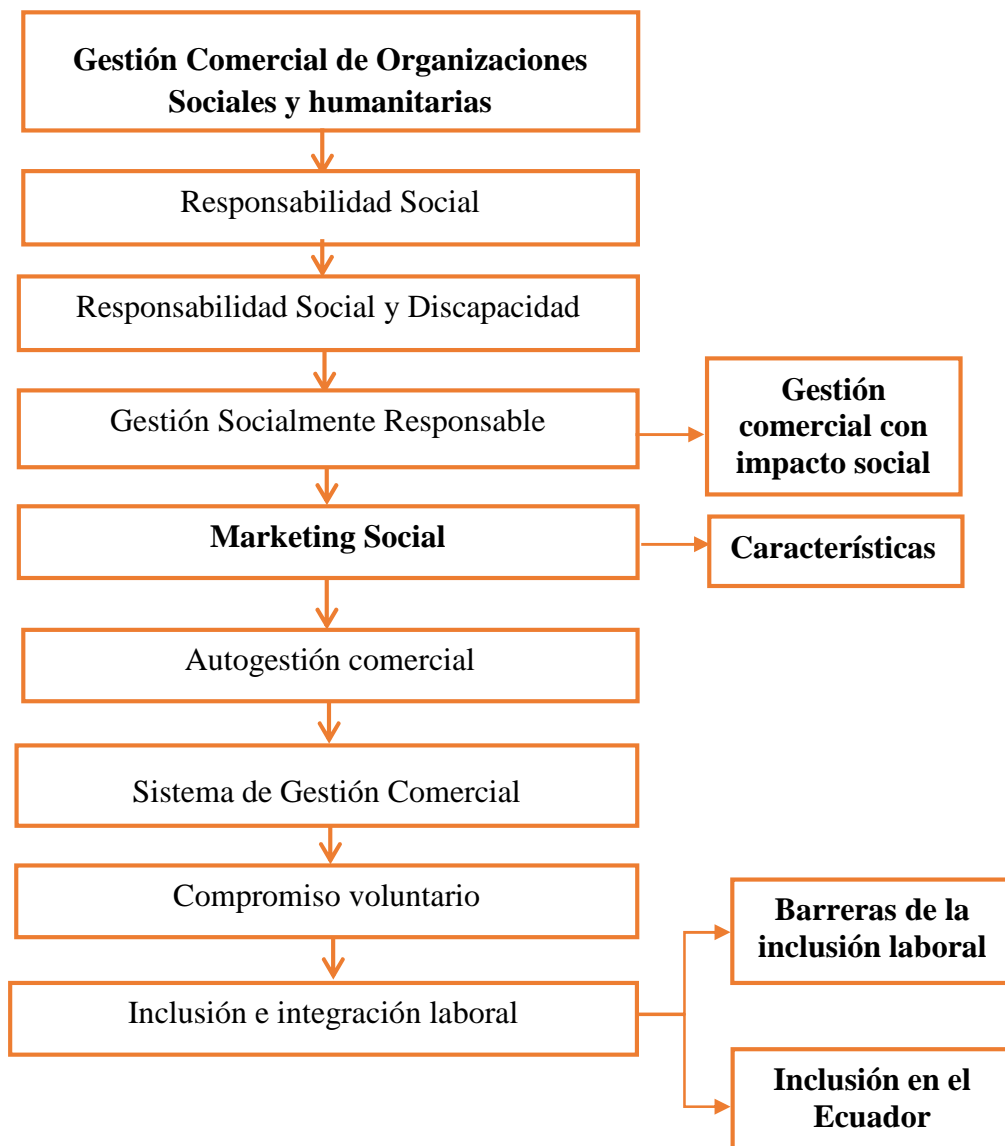
Fuente: Fundación Protección Y Descanso

Elaborado por: Fundación Protección Y Descanso

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para la elaboración del presente trabajo de titulación se mostrara un hilo conductor, el cual se identifica los diferentes significados en el cual se basa la investigación como; la gestión comercial en organizaciones sociales y humanitarias, el marketing social, sistema de gestión comercial e inclusión laboral.

Figura 1. Hilo conductor



Fuente: Trabajo de Titulación “Lesly Bosquez”

Elaborado por: Ruth López

2.2.1. Gestión comercial de organizaciones sociales y humanitarias.

Para entender que es la gestión comercial de organizaciones sociales y humanitarias, primero se debe definir que es organización social y entendemos que es en un conjunto de actividades realizadas por un grupo de personas que se establecen a partir de elementos compartidos, ideas en común, que se relacionan en el marco de un entorno determinado, y con el que interactúan grupos de interés, basados en principios, valores humanos y responsabilidad social.

Otro elemento clave es el referido al objetivo o meta que une a dichas personas que, si bien interactúan al realizar unas determinadas actividades, se coordinan y establecen para lograr un objetivo común. Esta complementariedad se logra con acercamientos y alianzas estratégicas en tomar decisiones para mejorar el funcionamiento adecuado para dicha organización.

Las entidades sociales o sin ánimo de lucro hacen referencia a un conjunto de medios humanos (contratados y voluntarios) materiales y financieros, que se organizan para suministrar bienes y servicios y conseguir así un objetivo social (Lara, González, Gómez, 2007), que al ser escasos, se transforma en un reto de gerencia social. Saber aprovecharlos y optimizarlos al máximo; por que así se va construyendo un colchón financiero que permite sortear los problemas que nunca faltan.

Es decir, el objetivo común de las personas que realizan actividades sociales, es una meta social y no orientada al lucro (De Asís, 2003), pero tampoco a convertirse en una organización que para que pueda sobrevivir requiere de la caridad pública o privada.

Estas organizaciones se clasifican según su naturaleza jurídica en: asociaciones, corporaciones, fundaciones. Pero, en general, la literatura recoge como las principales características de una organización social las siguientes:

- ✓ Están formalmente organizadas e institucionalizadas de alguna manera.
- ✓ Tienen naturaleza privada.
- ✓ No distribuyen beneficios
- ✓ Habilitadas para tomar sus propias decisiones y controlar sus actividades.
- ✓ Son voluntarias o incorporan base social comprometida.

- ✓ Pueden acumular beneficios, pero deben reinvertirlos en función del cumplimiento de su objeto.
- ✓ Son de membresía o afiliación voluntaria.
- ✓ Disponen de ciertos valores y principios que sustentan y centran su actuación.
- ✓ Se orientan principalmente a los servicios sociales y a la transformación social, en sentido amplio, dando respuesta a necesidades sociales.
- ✓ Tienen nexos con movimientos sociales.
- ✓ Valoran la participación y el compromiso de sus recursos humanos. (Lara, González, Gómez, 2007)

Pero se evidencia que la Fundación a igual que en las empresas de la economía social, están organizadas bajo la vigencia de dos componentes: el social referente a la representatividad en los órganos de gobierno de la fundación de los padres de familia que son socios y clientes a la vez; y la parte empresarial, es decir la que administra los recursos y para ello se sirve tanto del proceso como de las funciones administrativas, guiada por la Directora y sus colaboradores.

Cuando nos referimos a la gestión comercial de organizaciones sociales y humanitarias, decimos que se realizan actividades comerciales basadas en la responsabilidad social utilizando la terapia ocupacional como un medio para que los jóvenes y adultos con discapacidad desarrollan además de habilidades y destrezas, también con su labor diaria contribuyan al desarrollo sostenible por medio de la utilización del reciclaje como una fuente de ingresos directos para solventar los productos complementarios al producto final. Además de los servicios de lavandería y fisioterapia que muy poco se conoce por la comunidad riobambeña lo manipulan los mismos beneficiarios en condiciones de manejar en este caso las lavadoras, son los partícipes realizar esta actividad con mucho cuidado y amor bajo la supervisión de un profesional. La Fundación Protección y Descanso realiza esta labor de manera indirecta sin parámetros de comercialización al no contar estratégicamente con un plan comercial que ayude a mejorar esta actividad, sin embargo no ha sido acto que impida realizar dicha labor.

2.2.2. Responsabilidad Social

De acuerdo a la norma ISO 26000, la RS es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades (productos, servicios y procesos) ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- ✓ Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad
- ✓ Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas.
- ✓ Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- ✓ Este integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones actividades de una organización dentro de su esfera de influencia (Norma Internacional ISO 26000, 2010).

Otra definición que se encuentra inspirada en el Libro Verde de la Comunidad Europea, nos menciona que la responsabilidad social es “La responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad”, es decir es el compromiso contraído por las acciones u omisiones de cualquier individuo o grupo que generen un impacto en la sociedad; pudiendo recaer estas en una persona, organización, gobierno o empresa, llevando consigo una valoración positiva o negativa por parte de la comunidad. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

En este ámbito de criterios responsables, la competitividad responsable surge como una nueva regla de juego, y ello ha dado lugar al desarrollo de múltiples pautas, estándares, y sistemas de gestión, que buscan sistematizar la RSE tanto en el plano de la práctica como del reporte (Fundación Nacional de Discapacitados, s.f.), que además señalan que:

“La RSE consiste en una integración balanceada, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales, económicas y ambientales con el propósito de beneficiar a las personas, las comunidades y a la sociedad en general”. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001)

De esta manera la responsabilidad social empresarial es una acción que la organización adquiere para mejorar la calidad de vida de su personal, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto, es decir, de los diferentes grupos de interés con los que se relaciona.

Esta se caracteriza por:

- ✓ Una práctica empresarial responsable.
- ✓ El compromiso con iniciativas voluntarias que van más allá de lo exigido por la legislación y por las obligaciones contractuales adquiridas.
- ✓ Su integración en la gestión y estrategia empresarial, pues la RSC no son actuaciones puntuales y aisladas.
- ✓ El desarrollo de actuaciones beneficiosas para los diversos grupos de interés con los que la empresa se relaciona.
- ✓ La obtención simultánea de beneficios financieros, sociales y ambientales y la mejora de la competitividad de la empresa.
- ✓ No existe una única definición totalmente aceptable por todos a nivel internacional. (Responsabilidad Social Corporativa, 2012)

Los ámbitos de la RSE se centran en 4 áreas principales:

- ✓ Área laboral: cumplimiento de las normas de trabajo, respeto al trabajador en todos los niveles jerárquicos y puesta en marcha de códigos de conducta y principios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- ✓ Área económica: elaboración de cuentas transparentes y públicas, e inversiones socialmente responsables (utilizando criterios éticos y de exclusión, a la hora de invertir).
- ✓ Área ambiental: respetando el medio ambiente y usando sellos de calidad ecológica, o alusión directa al consumidor de cómo se obtuvo el producto, o se prestó el servicio.
- ✓ Área social: invertir un porcentaje de las ganancias en proyectos que ayuden a mejorar el nivel de vida de personas sin recursos y/o tener proyectos de vinculación a colectivos desfavorecidos. (Fundación ONCE & Universidad Politécnica de Cataluña, 2012).

2.2.3. La Responsabilidad Social en el ámbito de la Discapacidad.

Los problemas de discapacidad constituyen un tema fundamental de responsabilidad social por el impacto que producen tanto en la persona afectada como en su grupo de referencia inmediato: familiar y social. Si bien hay marcos regulatorios tanto a nivel internacional como nacional en relación a la atención de las Personas con Discapacidad, hay una deuda pendiente en cuanto a mejorar acciones de prevención, tratamiento y rehabilitación del trauma y de otras enfermedades discapacitante. Por lo tanto instalar programas de prevención, facilitar el acceso de toda la población al sistema de salud, promover la reinserción al sistema educativo y laboral de las Personas con Discapacidad y mejorar los centros de tratamiento y rehabilitación; constituye temas relevantes de la agenda actual de la responsabilidad social.

En este sentido, los actores de este proceso somos todos, no sólo las Personas con Discapacidad y las organizaciones sociales, sino también las autoridades nacionales y locales, los funcionarios públicos, sobre todo aquellos que brindan atención al usuario, como la Fundación Protección y Descanso, medios de comunicación y el público en general. Por tanto, la Responsabilidad Social es compartida y debe ser impulsada desde todos los sectores, partiendo de un enfoque de derechos humanos y no como una respuesta emocional de asistencialismo o beneficencia.

Además, con los servidores públicos y medios de comunicación se comparte información relacionada a la utilización de un lenguaje positivo y buen trato hacia las Personas con Discapacidad y sus familias. La responsabilidad social busca generar un proceso dinámico donde los involucrados sean Personas con Discapacidad para que se constituyan en el eje transversal y enfoque estratégico de los diversos grupos a nivel nacional, en donde todos nos reconozcamos como diversos, y actuemos como sujetos de derechos y obligaciones dentro de la sociedad en la que convivimos.

Una demanda frecuente de las Personas con Discapacidad y sus familias hacia las entidades públicas y privadas, en sus diferentes roles como proveedores, empleados, accionistas o consumidores; es el cumplimiento de su derecho a la no discriminación; en concreto y como prioridad, buscan una atención a los clientes y usuarios, con calidad y

calidez, así como también la revisión de costos tanto en la producción nacional como en la extranjera, de manera que faciliten su acceso en condiciones de equidad.

Por otra parte, la exclusión social es el principal problema a combatir; por ello, el CONADIS está llevando a cabo una campaña de sensibilización a través de los medios de comunicación masiva, así como estrategias de comunicación para el cambio social. Es así como se está ejecutando una campaña mediante cooperación interinstitucional pública – privada, a través de alianzas estratégicas, con Multicines S.A. y Cinemark del Ecuador S.A., en donde la inversión realizada es una expresión de responsabilidad social por parte de las dos empresas, ampliándose a la integración al trabajo de las Personas con Discapacidad para el cumplimiento de la medida de acción afirmativa en materia laboral. (Correa, 2014)

2.2.4. Gestión socialmente responsable.

En relación lo que la Fundación Protección y Descanso realiza desde la perspectiva de la gerencia social, el concepto de gestión socialmente responsable corresponde a un enfoque de gestión orientado a la inclusión de los aspectos sociales y ambientales en las actividades de la empresa y en las relaciones con los diferentes grupos de interés, lo cual cubre de manera integral muchos ámbitos ya considerados usualmente por las empresas: seguridad y salud de los trabajadores, seguridad industrial, control ambiental, ciclo de vida de los productos, información de los productos y servicios, etc.

Para dicho caso institucional, va más en relación los adultos con Discapacidad Intelectual, a los padres de familia o socios de la Fundación y a los maestros, que en conjunto son partícipes de las actividades sociales, micro empresariales, psicopedagógicas y demás que en suma proyectan mejorar la calidad de vida e inclusión socio productiva, de aquellos seres humanos, que son un dato para los organismos oficiales pero para quienes entendemos su capacidad y esencia, son seres que pueden ser protagonistas de una manera distinta de ver el cambio de la sociedad en todo sus niveles.

Una gestión socialmente responsable con esos ingredientes humanitarios, supone:

- ✓ Mejora la imagen y la reputación.
- ✓ Contribuye a unas relaciones fluidas con las personas, y a su satisfacción.

- ✓ Favorece las relaciones con la administración pública.
- ✓ Controla el desempeño sostenible (económico, social, ambiental).
- ✓ Reduce el riesgo de presiones sociales de los grupos de interés.

2.2.4.1. Gestión comercial con impacto social

La gestión comercial con impacto social implica el apoyo al desarrollo de actividades que inciden directamente en la calidad de vida de las personas, así como contribuir al desarrollo sostenible, pero también buscar estrategias que generen rentabilidad basados en la responsabilidad social y para ello las organizaciones deben contar con actividades comerciales eficientes, competitivas y responsables que permitan seguir entregando productos o servicios que satisfagan las distintas necesidades de los clientes.

Figura 2. Principios de la gestión comercial con impacto social



Fuente: Fundación Valencia

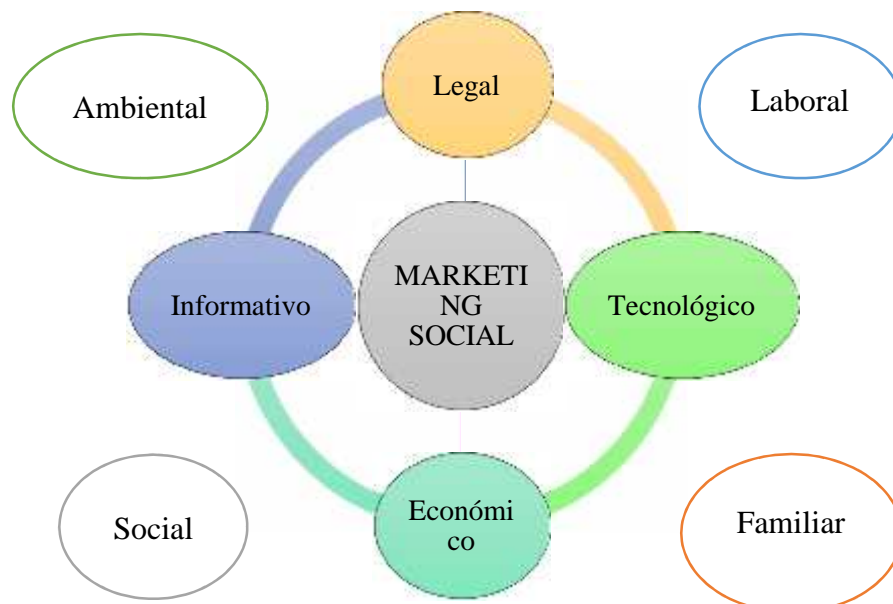
Elaborado por: Ruth López

2.2.5. Marketing social

Antes de definir un concepto de marketing social determinemos que el marketing es una disciplina que ya excede el ámbito comercial, puesto que su metodología, para detectar y satisfacer necesidades de consumo y uso de bienes y servicios, también es útil para detectar y satisfacer necesidades de tipo social, humanitarias y espirituales. Por lo que su campo de acción no se limita solamente al ámbito de las empresas, sino que se extiende a asociaciones sin fines de lucro, fundaciones, entidades religiosas y también al Estado. Estos nuevos campos de acción comprenden lo que los autores denominan Marketing Social, que también incluyen las acciones de tipo social y humanitarias que realizan las empresas, para que el público las asocie a ellas y a sus marcas con una preocupación por lo social, lo humanitario y lo ecológico.

Marketing social es la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad. (Andreasen, 1995)

Figura 3. Marketing social



Fuente: Alan Anderson

Elaborado por: Ruth López

La mayoría de los autores utilizan un concepto de Marketing social en este sentido, es decir: la aplicación de los principios del marketing y sus metodológicas y técnicas, para influir en un determinado público para su beneficio y el de toda la sociedad porque si tenemos en cuenta, que el concepto de Marketing se relaciona con las necesidades humanas y que si estas necesidades están relacionadas con lo social se deben satisfacer con la creación de un producto social, estaremos realizando un proceso de Marketing Social.

(Kotler P. , 2012) Enseña que los pasos que se deben seguir en un programa de Marketing social son los siguientes:

- 1) Definir los objetivos del cambio social
- 2) Analizar las actitudes, creencias, valores y conductas del grupo a quien se dirige el plan.
- 3) Analizar procedimientos de comunicación y distribución
- 4) Elaborar un plan de Marketing
- 5) Construir una organización de Marketing para que ejecute el plan
- 6) Evaluar y ajustar el programa para que sea más eficaz.

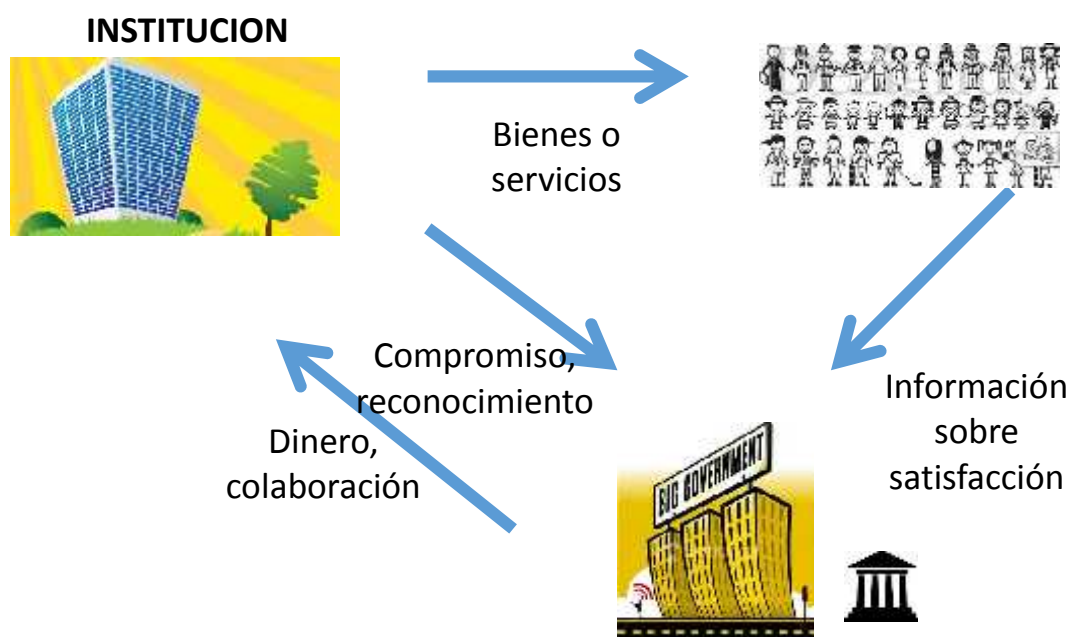
2.2.5.1.Características del marketing social

1. Lenta aceptación de la mercadotecnia: Las organizaciones no lucrativas se niegan o tratan de evitar la "mercadotecnia", debido a su tradicional asociación con el motivo del lucro; es por esto que algunas de ellas optan por emplear terminología semejante a la actividad que realizan.

2. Producción u orientación a ventas: En el caso de las organizaciones no lucrativas, los vendedores sociales tienden a abrigar una fe poderosa, y a menudo apasionada, en lo justo de la causa o idea que defienden; en fin este tipo de ente está para orientar al cliente, desentendiéndose así de la producción o venta de ideas.

3. Filosofía de "lo sé todo": Los directivos de organizaciones no lucrativas a menudo piensan que saben cómo crear e implantar programas de mercadotecnia por si solos, a pesar de su carencia de capacitación formal o experiencia en ramo.

Figura 4. Diagrama de relación Marketing Social



Fuente: Alan Anderson

Elaborado por: Ruth López

2.2.6. Autogestión comercial

La autogestión conocida también como gestión colectiva, significa en términos generales, el manejo de la empresa en todas sus dimensiones, por parte de sus asociados, es decir de sus socios, dueños y fundadores. Es una forma particular de establecer las relaciones de propietario gestor asociado y por ende una relación armónica entre capital, trabajo, recursos y producción.

Por ello, se relaciona de manera directa con la concepción de desarrollo, seguimiento y evaluación de los procesos que se generan atinentes al ordenamiento, orientación y práctica que se le imprime a los recursos disponibles, con el fin de propiciar bienestar a todas las personas que persiguen intereses afines y adelantan esfuerzos conjuntos.

En otras palabras, la autogestión comercial es la capacidad del ser humano para dirigir y orientar las actividades comerciales que se dan de manera colectiva, en el grupo social, organización. Aquello no se puede lograr si no es mediante la cooperación y participación de quienes se encuentran vinculados a ella, o mejor dicho, mediante el compromiso de quienes al fundar la organización están conscientes de que la actividad que van a

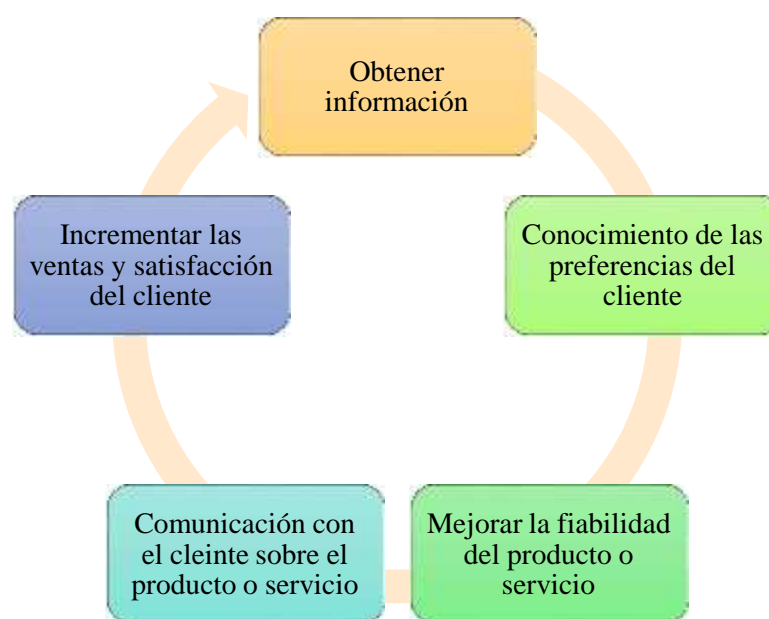
desarrollar, depende de la coordinación de actividades, del pensamiento común que conlleva a la resolución de una necesidad también común, de la urgencia de no descansar en la tarea de lograr los recursos financieros, materiales y humanos que la obra humanitaria requiere para su sostenibilidad, del ejercicio de un voluntariado que conjugue su vocación con la de la organización que le acoge para desarrollar su trabajo e iniciativas. Este modelo, por su misma naturaleza, acerca más al hombre hacia el desarrollo individual y colectivo de manera permanente.

La autogestión en la empresa solidaria se adelanta desde los diferentes roles que desempeñan sus integrantes; por esto, es la respuesta de la cooperación, significando que la autogestión se expresa en la autoayuda, autosuficiencia y participación de cada persona en la organización, para que el trabajo y el pensamiento de todos tengan oportunidad de ser aprovechados. La cooperación en este contexto marca un equilibrio social que se expresa en la solidaridad: esfuerzo, desarrollo de acciones, formación de capital colectivo y satisfacción de necesidades. (Universidad Santo Tomás, s.f.).

2.2.7. Sistema de gestión comercial

Un sistema de gestión es una ayuda que sirve para alcanzar metas y objetivos a través de un conjunto de estrategias logrando que la organización funcione correctamente basado en el trabajo en equipo, visión compartida y responsabilidad con el cliente. Por ello es importante mencionar las etapas del sistema de gestión comercial de una organización social.

Figura 5. Sistema de gestión comercial



Fuente: Visión Tecno S.A.

Elaborado por: Autora

2.2.8. Compromiso Voluntario

El voluntariado de una entidad permite a través de la implicación de los trabajadores transformar la cotidiana prestación de servicios en acciones no remuneradas en beneficio de la sociedad. Es decir, además de ser acción de responsabilidad social de la empresa, es también una estrategia que puede, en algunos casos ser usada para fortalecer los lazos de integración de los esfuerzos de los colaboradores de la organización a la hora de mejorar los resultados del negocio o incluso las metas trazadas para los mismos.

En el ámbito del compromiso al voluntariado corporativo, las prácticas de ayuda al prójimo y a la promoción humana han tenido expresión desde siempre, cuando un grupo de personas dedicaba parte de su tiempo a mejorar las condiciones de vida de la comunidad, de la región, del país y, por lo tanto, del mundo en que vivían. Dicha práctica, monetariamente desinteresada, solamente tenía la pretensión de ayudar a los más necesitados e intervenía para erradicar la pobreza y la exclusión social. (Valentín Alejandro Martínez Fernández, 2010).

Por otro lado se refiere al apoyo que nuestros empleados pueden proporcionar a terceros trasladando su saber hacer, sus habilidades y que puedan ser aplicados en sucesivas ocasiones por los receptores/ beneficiarios de dichos conocimientos.

Así, por encima del voluntarismo es conveniente que las organizaciones inviertan en proyectos que generen un valor estructural duradero, y apoyar a las organizaciones representativas, en este caso en materia de discapacidad, para que desde su experiencia favorezcan las posibilidades a futuro de sus asociados, o dotar de infraestructuras a dichas organizaciones (donaciones de equipos informáticos, cesión de dependencias para sus necesidades de reunión, financiación para eliminación de barreras, financiación de cursos de formación, participación de los propios empleados de la empresa en colaboraciones con las mencionadas entidades del mundo asociativo, etc.). El contacto entre las empresas y el mundo asociativo ha supuesto un aprendizaje recíproco, mutuo.

El acercamiento, todavía insuficiente, ha posibilitado la mejora en eficiencia de los recursos/ profesionalización del sector de la discapacidad, así como un conocimiento más directo, y “sobre el terreno” de las necesidades (también de las oportunidades) del sector por parte de las empresas. (Riaño, 2011).

2.2.9. Inclusión e Integración laboral

En primera instancia hemos de definir que es la inclusión: A criterio de (Flores, 2003) “Significa que las leyes, políticas planes, servicios, la comunidad debe adaptarse, planificarse, organizarse para garantizar el libre, pleno e independiente desarrollo de las personas, basado en el respeto y aceptación de las diferencias, capacidades y necesidades que garanticen el acceso igualitario, normalizado y participativo. En definitiva, implica que una sociedad incluyente debe promover la integración social en el marco del respeto a los derechos de las personas, especialmente el derecho a la vida, al desarrollo y a la participación”.

En la inclusión laboral son las oportunidades de trabajo que se ofertan para mejorar las condiciones de vida y desarrollo de las Personas con Discapacidad, a quienes se les debe procurar el acceso a la rehabilitación, capacitación y aprendizaje, para que puedan ingresar de forma óptima a ocupar una plaza de trabajo digna. Para alcanzar este objetivo habrá de mediar una planificación desde la sociedad, tendiente a incluir en el mercado

laboral, adaptando dicha planificación a las capacidades de cada uno, erradicando esas relaciones de inequidad, que soslayan a las personas “diferentes”.

Inclusión laboral de Personas con Discapacidad, es el acceso al empleo en las mismas condiciones de tareas, sueldos y horarios que cualquier otro trabajador sin discapacidad; sin embargo hay características propias en el proceso de inclusión con las cuales se puede trabajar para mejorar la calidad del trabajo de un colaborador con discapacidad.

La inserción laboral es un proceso integral en el que intervienen distintos factores para su realización, desde las características que presentan las personas y las oportunidades que ofrece el mercado laboral originándose un encuentro efectivo entre la empleabilidad y la ocupabilidad. (Bisquerra, 1992).

La inserción laboral permite a las Personas con Discapacidad mejorar sus condiciones de vida, mantener a su familia y apoyar al desarrollo del país a través de un trabajo productivo. El acceso al trabajo de las Personas con Discapacidad se encuentra en las agendas sociales pendientes de muchos países, pues falta socialización para comprender que estas personas son seres humanos que gozan de derechos y obligaciones, al igual que el resto de la población, salvo que deben tener cierto tipo de protección, pues una discapacidad sí es un limitante en determinados momentos.

Por lo tanto, la integración laboral de las Personas con Discapacidad es un proceso en el cual debemos tener un claro objetivo, el empleo integrado en empresas, es decir, empleo exactamente igual y en las mismas condiciones de tareas, sueldos y horarios que el de cualquier otro trabajador sin discapacidad, en empresas donde la proporción mayoritaria de empleados no tenga discapacidad alguna.

Para mejorar la insuficiente información y formación sobre las discapacidades y la igualdad de oportunidades sociales, se debe realizar la integración de planes específicos educativos, un mayor contacto (educación inclusiva) y una tolerancia hacia los demás. Es vital cambiar el sistema educativo hacia la inclusión de las Personas con Discapacidad. (Bozzalla Estefania, 2013).

En cuanto al proceso de acceso al empleo, se compone de diferentes alternativas y pasos para lograr el objetivo de integración, sin dejar de realizar una evaluación de los

resultados que obtenemos y proporcionando a la persona la formación necesaria. (Jordan de Urríes, 1993). Esto se puede graficar de la siguiente manera:

Figura 6. Alternativas en el proceso de integración laboral



Fuente: (Jordan de Urríes, 1993)

Elaborado por (Jordan de Urríes, 1993)

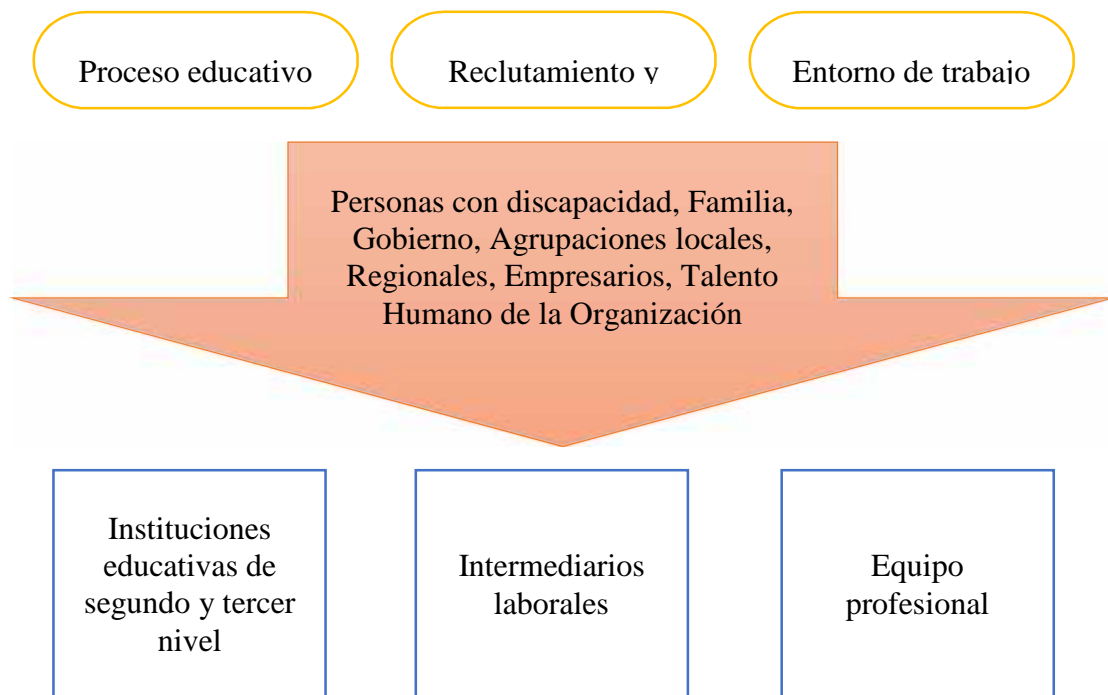
Dentro de sus componentes, la empresa necesita trabajar coordinadamente con el Centro Ocupacional, cuya finalidad es la de asegurar los servicios de terapia ocupacional y ajuste personal y social.

También se debe disponer de un Centro Especial de Empleo, que tengan como objetivo la realización de un trabajo productivo, participando en las operaciones de mercado, asegurando empleo remunerado y prestando ajuste personal y social a un grupo de trabajadores con capacidades diferentes.

Los Centros Ocupacionales, serán los encargados de la relación entre las empresas y la fuerza laboral. Deben estar integrados por personas que tengan experiencias en temas de discapacidad y que se comuniquen continuamente y en forma fluida con los distintos sectores de Recursos Humanos de las empresas para intercambiar información de los puestos de trabajo con perfiles adecuados para la inserción de estas personas.

En el cuadro siguiente, se pueden observar los agentes que intervienen en el proceso de inserción laboral:

Figura 7. Agentes que intervienen en el proceso de inserción laboral



Fuente: Jordan de Urries

Elaborado por: Autora

Debido a que el trabajo de estas personas debe monitorearse, se precisa personal idóneo que brinde apoyo dentro del lugar de trabajo y controle la labor para mejorar las condiciones de trabajo, la superación del empleado y que su integración sea beneficiosa para el empleador. Este modelo de integración laboral se basa en la integración total, con salarios y beneficios desde el primer momento, ubicando a la persona en un empleo antes de proporcionarle el entrenamiento, con rechazo cero, apoyo flexible a lo largo de la vida laboral y posibilidad de elección por parte de la persona.

También, se menciona el trabajo autónomo, el que se puede insertar dentro de las opciones laborales a llevar a cabo, ya que las empresas muchas veces tercerizan tareas que son aptas para ser desarrolladas por personas con capacidades diferentes. Esta inserción, ofrece una vía de acceso al empleo en condiciones normales para un gran número de Personas con Discapacidad. (Jordan de Urríes, 1993).

2.2.9.1. Barreras relacionadas con la inclusión laboral de Personas con Discapacidad

Existen distintas barreras o mitos respecto de la contratación de personas con discapacidad por parte de las empresas, generando que esta sean escépticas y reacias a este grupo de personas.

Una de estas barreras que poseen las empresas son las relacionadas con las actitudes, más conocidas como Barreras Actitudinales, tal como menciona (Millas, 2005) estas barreras son transversales en el tiempo y provocan desigualdad de condiciones frente a situaciones sociales, como el trabajo

Respecto a esto el autor expone los distintos obstáculos actitudinales que existen en el ámbito empresarial, en relación con la contratación de personas con discapacidad, los cuales serían los siguientes:

- ✓ *“No son capaces de utilizar ciertas herramientas o maquinaria normales, por lo que necesito invertir en dispositivos especiales que son muy caros”.*
- ✓ *“El entorno del trabajo en mi empresa es demasiado peligroso, lo que puede agravar la condición de la persona”.*
- ✓ *“Son poco cumplidoras y faltan mucho al trabajo por enfermedad”.*
- ✓ *“Mis clientes pueden incomodarse al tratar con estas personas”.*
- ✓ *“Mis trabajadores pueden tener problemas de comunicación con ellos”.*

Todos estos conceptos, están asociados a su condición física, mental o sensorial y no a sus posibilidades reales de ejercer alguna actividad, reforzando así una cultura de discriminación.

Por otra parte se menciona a las barreras de discriminación

La discriminación se funda en prejuicios que se han heredado a lo largo de la historia, sobre las capacidades y conductas que supuestamente tienen las personas con discapacidad. Estos prejuicios finalmente determinan las expectativas que se generan sobre ellas. A continuación presentamos los tres tipos de discriminación hacia estas personas que se presentan con mayor frecuencia en nuestra sociedad:

Discriminación positiva: acciones de sobreprotección/ paternalismo que finalmente deriva en una discriminación inconsciente. Una familia que tiene un hijo discapacitado,

y no lo deja salir a jugar con los vecinos a la calle por temor a que le pase algo, es una familia que estimula la dependencia de su hijo, perjudicándolo en su integración social.

Discriminación nociva: es de carácter intencional, e implica tratarlas en forma diferente, deliberadamente.

Discriminación sistemática: también llamada de impacto adverso o indirecto. Es la más compleja de todas y consiste en calificarlas como a cualquier otra persona. Un ejemplo de ello es tener una política empresarial que exige que todos los candidatos a un puesto determinado, deben pasar un examen oral, lo cual perjudica a aquellos que tienen una profunda sordera. Con respecto a la discriminación sistemática, lo que se espera de las empresas es que traten a las Personas con Discapacidad equitativamente -no igualitariamente- para que a nadie le sea negada la oportunidad de trabajar en relación a su habilidad. No discriminar significa aceptar las diferencias e integrarlas a la sociedad desarrollando condiciones que permitan participar en igualdad de condiciones.

También existen barreras arquitectónicas (infraestructura adecuada), educacionales (falta de enseñanza media y/o técnica o universitaria) y legales (vacíos en la ley), que se deben enfrentar en un acción conjunta entre las diferentes instancias pública y privada del país en un mediano a largo plazo. Especialmente la accesibilidad a la educación afecta el nivel de empleabilidad de las personas con discapacidad.

Por otra parte, (Villa, 2007), menciona a través de su publicación sobre La inclusión progresiva de las personas con discapacidad intelectual en el mundo laboral, otras barreras que influyen en la inclusión laboral de personas con discapacidad, el autor indica que cuando un ciudadano cualquiera quiere acceder al mundo laboral a parecen distinta dificultades para lograr tal inclusión, en el caso de las personas con discapacidad esta dificultades se ven incrementadas, ya que se le añaden otras dificultades y barreras específicas que tiene que superar. A partir de esto se hace mención en su estudio sobre las siguientes barreras:

Figura 8. Barreras de la inclusión laboral

Barreras sociales	Estas hacen las diferencias entre las personas generando motivo para el rechazo, la limitación de oportunidades y la marginación social.
Barreras del entorno físico	Estas limitan o impiden el acceso, la movilidad o la comunicación.
Barreras psicosociales	Algunas de estas son la excesiva protección familiar, las deficiencias educativas y formativas, la desmotivación, la falta de información y orientación profesional.
Barreras mentales	Estas son las secuelas generadas en el propio discapacitado, las cuales aumentan su autoexclusión del mundo laboral y hace que la persona sea excesivamente dependiente de las políticas de protección.

Fuente: (Villa, 2007)

Elaborado por: Ruth López

2.2.9.2. Inclusión laboral en Ecuador

Actualmente el Ecuador cuenta con políticas que identifican a las personas con discapacidad como un “grupo de atención prioritaria”. Dentro de la Constitución vigente se enfatiza que la discapacidad requiere atención especial y aprovisionamiento de recursos económicos y humanos, así como de ayudas técnicas, con el fin de hacer efectivos los derechos que estas personas tienen a la educación, salud, rehabilitación y habilitación, inserción social y empleo.

En el proceso de inserción laboral de una Persona con Discapacidad, se requiere tomar medidas que garanticen el acceso y la permanencia de esta persona en su lugar de trabajo, respetando su individualidad y el tipo de discapacidad. Para lograr una verdadera inserción laboral se ha mejorado la educación y la formación ocupacional. Es importante que se desarrollen las competencias y capacidades de esta población, pues en nuestro país el 85% de las Personas con Discapacidad no ha accedido a la educación y solo el 15% ha terminado el colegio o tienen una profesión. Se debe tomar en cuenta también un porcentaje significativo de personas que en el transcurso de su vida laboral adquirieron

una discapacidad, para concienciar que no por ello están obligadas a renunciar. Es importante que conserven su trabajo y se les permita cumplir funciones de acuerdo a su nueva condición.

Las empresas tanto públicas como privadas están en la obligación de adaptar sus ambientes físicos con rampas, señales en braille de diferentes texturas y colores-, dotando a las Personas con Discapacidad visual de software como Jaws, proporcionando el apoyo de intérpretes de lenguaje de señas para quienes tienen discapacidad auditiva, diseñando espacios adecuados para que una persona en silla de ruedas pueda desplazarse sin dificultad, entre otras acciones. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) el 85% de las personas con discapacidad en edad de trabajar dentro de América Latina y el Caribe, no tienen un empleo. El Ecuador no es la excepción, más aún cuando las personas con múltiple discapacidad y la población con discapacidad se enfrentan al reto de estudiar para luego no conseguir un trabajo. Hace falta la colaboración de las empresas estatales y privadas para adaptar y adecuar un puesto de trabajo con la infraestructura física necesaria, así como para implementar ayudas técnicas (iluminación, máquinas de escritura en braille, etc.).

Una experiencia que se ha dado en nuestro país ha sido que el caso de Carlos Perugachi, de 33 años, tiene 90% de discapacidad visual. Hace dos años vendía dulces en buses de transporte público. Nuca tuvo la oportunidad de tener un trabajo formal por ser invidente, varias empresas le cerraron las puertas. En el 2008 se graduó de bachiller en Contabilidad y buscó trabajos relacionados con los números, pero sin mayor suerte. Los oficios que le daban no eran de su interés pero tuvo que asumirlos para subsistir.

En el 2010 decidió aprender computación en el SECAP para abrir sus oportunidades en el mercado del país. Desde el 2011 Carlos trabaja como asistente contable en una empresa privada, en el sur de Quito. Con el sueldo que percibe paga los estudios de sus dos hijos. Además, los fines de semana capacitan a otros no videntes en el manejo de Jaws, un ‘software’ que permite a los no videntes aprender computación. (Tello, 2015)

2.3. HIPÓTESIS

Al diseñar la propuesta técnica para la gestión comercial de los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso se fortalecerá el proceso de comercialización a corto y mediano plazo de los bienes y servicios (fisioterapia, lavandería y artesanías), para que la institución sea sostenible sus actividades comerciales, siendo los beneficiarios a más de productores impulsores de ventas.

2.4. VARIABLES

2.4.1. Variable independiente

Propuesta de Gestión Comercial

2.4.2. Variable dependiente

Asegurar la rentabilidad de las microempresas auto sostenible de la Fundación Protección y Descanso, que conlleve a la eficiencia y eficacia de los procesos comerciales.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1.MODALIDAD

La investigación basada a una propuesta técnica de gestión comercial para los emprendimientos productivos se utilizara enfoques: cuantitativo y cualitativo.

El primer enfoque de investigación cuantitativa que servirá para recolectar información, ya que con ello se obtendrá datos numéricos y estadísticos basados en una encuesta que permitan obtener resultados y evidencia objetiva.

Mientras el segundo enfoque de investigación cualitativa proporciona información sobre la personalidad del individuo y las causas que motivan su comportamiento ante el consumo o compra de un determinado bien o servicio, aportando evidencias subjetivas mediante una observación para emitir criterios, opiniones y juicio de valor.

3.2.TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de estudio en la presente investigación a aplicarse son:

Investigación de campo: para efectos del trabajo se lleva a cabo una investigación de campo que establecerá contacto con los microemprendimientos (artesanías, lavandería y fisioterapia) de la Fundación Protección y Descanso, para detectar de mejor manera las posibles consecuencias de la investigación, a través de la aplicación de encuestas a la muestra que es parte de la población y obtener información relevante sobre los consumidores y clientes potenciales de la fundación.

Investigación descriptivo: se utiliza este tipo de investigación para identificar características generales sobre la situación actual de los microemprendimientos y describir las preferencias que tienen los posibles consumidores y clientes sobre los bienes y servicios, puesto que están enfocados y diseñados al público objetivo, formas de conducta, costumbres y actitudes.

Investigación bibliográfica – documental: la investigación es bibliográfica porque ha permitido explorar y citar diferentes autores que facilitan el desarrollo y comprensión del trabajo. También es documental porque posibilita la obtención de datos que se necesita a través de la utilización de documentos.

La muestra aplicada será calculando la muestra de la población.

FÓRMULA
$n = \frac{Z^2 \times p \times N}{N \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$
DETALLE:
<p>n = Tamaño de la muestra.</p> <p>N = Tamaño de la población = 83346</p> <p>Z = nivel confianza 95% = 1.96</p> <p>e = Margen de error permitido 5% = 0,05</p> <p>p = Variabilidad positiva = 0,5</p> <p>q = Variabilidad negativa = 0.5</p>

Muestra para población correspondiente al servicio de lavandería y artesanías, que comprende entre 20 y 60 años de edad de la ciudad de Riobamba (Urbano).

$$n = \frac{Z^2 \times p \times N}{N \times e^2 + Z^2 \times p \times q} \quad n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)83346}{83346 (0,05)^2 + (1,96)^2(0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{80045,49}{208,36 + 0,9604}$$

$$n = 382,40$$

$$n = 382$$

Muestra para la población correspondiente al servicio de fisioterapia que comprende de 213 viviendas comprendidas por 23 manzanas.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times N}{N \times e^2 + Z^2 \times p \times q} \quad n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)213}{213 (0,05)^2 + (1,96)^2(0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{204,5}{0,5325 + 0,9604}$$

$$n = 136,9$$

$$n = 137$$

3.4.MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Métodos que se aplicaran para el análisis de los factores internos son:

Observación: brinda una clara visión de la situación objeto de estudio, ya que se pueden advertir los hechos que se presentan de manera espontánea, y consignarlos por escrito.

Inductivo-deductivo: se aplica este método para la búsqueda de información extraída de las situaciones observadas para analizarlas y llevarlas al plano teórico general y de esta manera formular estrategias adecuadas, emitiendo conclusiones y recomendaciones.

Las técnicas que se utilizan son:

Observación: mediante esta técnica me permite recopilar información sobre la situación actual de los microemprendimientos de la Fundación Protección y Descanso.

Encuestas: se utiliza encuestas dirigidas al consumidor final, con el fin de obtener información necesaria sobre los gustos y preferencias de los compradores.

3.5.RESULTADOS

3.5.1. Encuesta de las artesanías.

✓ Datos informativos

Los datos informativos tanto para las artesanías como para el servicio de fisioterapia son los mismos, debido a que se encuestó a la misma persona.

Tabla 1: Desagregación de la muestra por sexo

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	211	55%
Masculino	171	45%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

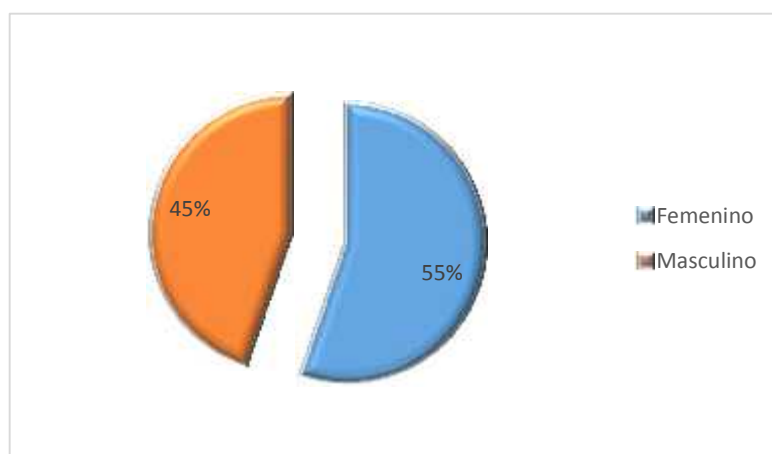


Gráfico 2. Desagregación de la muestra por Sexo

Fuente: Tabla N° 2

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

Del total de número de personas encuestadas, 211 son mujeres que corresponde al 55% y 171 son hombres que corresponde al 45%. Es importante destacar que hay más preocupación en las mujeres para cooperar con la información requerida.

Tabla 2: Rango de edad

RANGOS DE EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30	152	40%
31-40	135	35%
41-50	57	15%
51-60	38	10%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

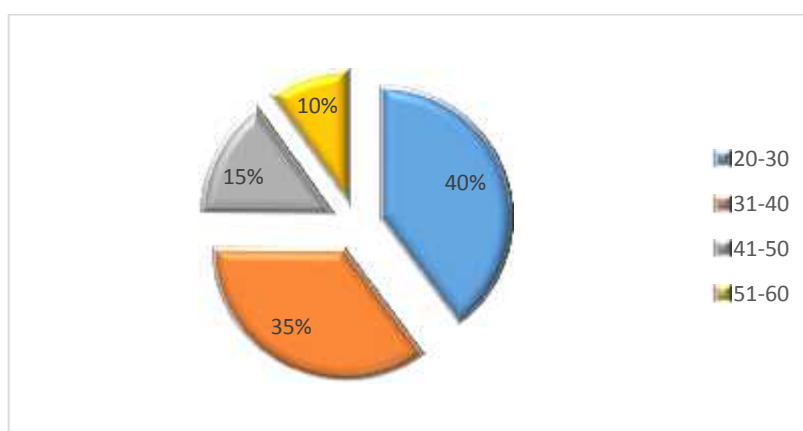


Gráfico 3. Rango de edad

Fuente: Tabla N° 3

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

Las edades comprendidas en el rango de 20-30 constando 152 personas que representa al 40%, en edades de 31-40 constan 135 personas que representa al 35%, en edades de 41-50 constan 57 personas lo que representa al 15% y en edades de 51-60 constan 38 personas que representa al 10%.

El rango de personas entre 31-40 años es el más representativo de la muestra y por tanto representan un importante mercado potencial del mercado al que pueden estar dirigidos los productos y servicios de la Fundación y sus microempresas.

Tabla 3: Actividad económica de la muestra

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	89	23%
Empleado privada	79	21%
Negocio propio/independiente	78	20%
Empleado público	49	13%
Comerciante	28	7%
Quehacer doméstico	22	6%
Docente	11	3%
Empleada doméstica	7	2%
Agricultor	6	1%
Albañil/Pintor	6	1%
Vendedor ambulante	3	1%
Desempleado	3	1%
Policía	1	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

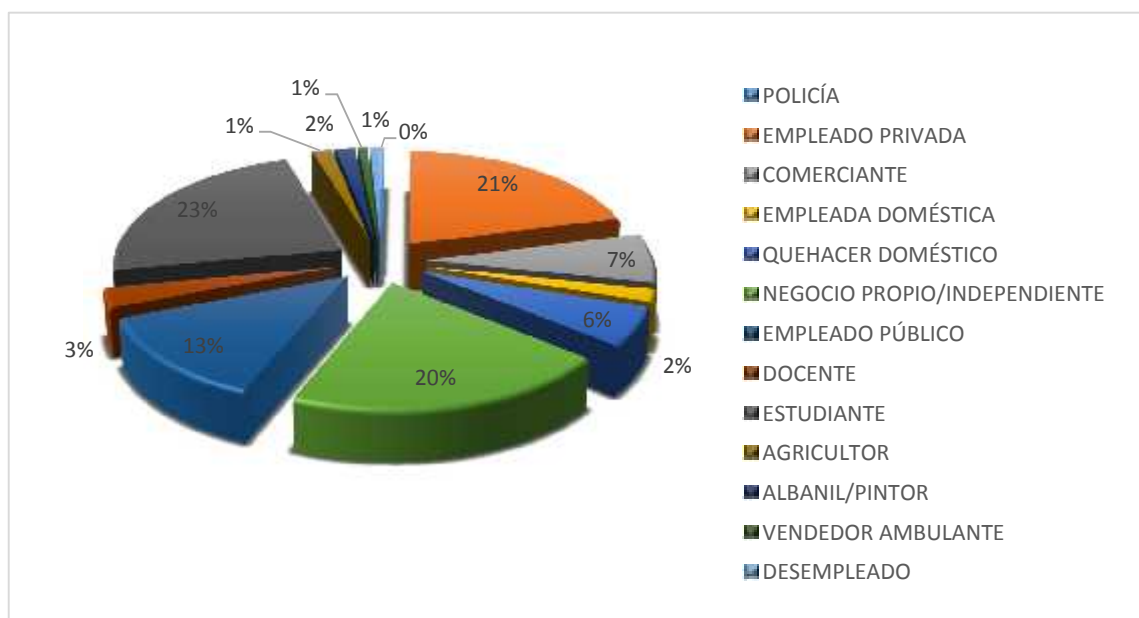


Gráfico 4. Actividad económica de la muestra

Fuente: Tabla N° 4

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

La actividad más relevante que tienen las personas encuestadas corresponde al 23 que representa a 83 estudiantes; en relación a la actividad económica que realizan, 79 son empleados privados que representa al 21%, 78 personas que tienen negocio propio o son independientes que representan al 20%, 49 son empleados públicos que representa al 13%; 28 comerciantes que representa al 7%, 22 mujeres que se dedican al quehacer doméstico lo cual representa al 6%, 11 personas con ocupación de empleada doméstica que representa al 3%, 7 docentes que representa al 2%, 6 personas con ocupaciones de agricultores y albañiles que representa al 1% individualmente, 3 vendedores ambulantes y desempleados que corresponden al 1% y 1 policía.

Es importante descartar que la muestra es diversa y por tanto el interés comercial de la misma sobre los productos y servicios de la Fundación y sus microempresas, es relativo en la medida de la capacidad de compra que demuestre, el conocimiento de la organización promocionada, quienes son los productores, con que fines lo hacen, entre otros parámetros que podrían definir al consumidor responsable.

Tabla 4: Conformación familiar

N° MIEMBROS EN LA FAMILIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4 A 6	220	57%
Hasta 3	136	36%
7 A 9	23	6%
Más de 10	3	1%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

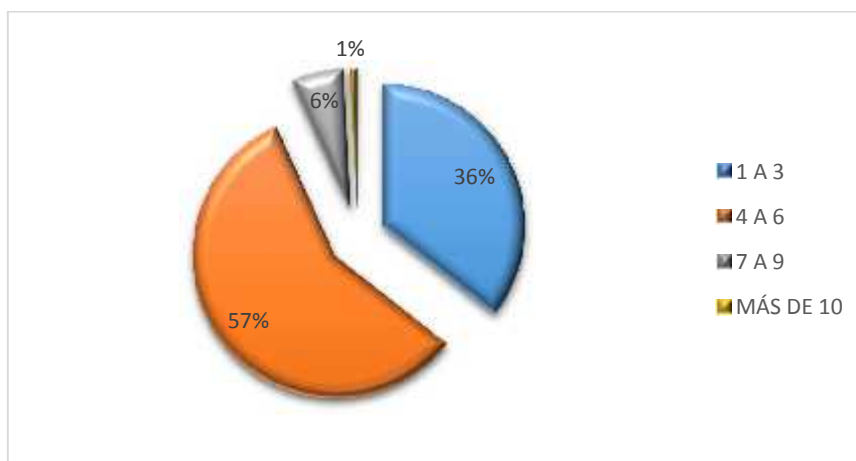


Gráfico 5. Conformación familiar

Fuente: Tabla N° 5

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 57% de la población de la muestra (220) provienen de familias compuestas por 4 a 6; el 36% (136) proviene de familias conformas de hasta tres miembros el 6% (23) son parte de familias conformadas entre 7 a 9 miembros, y de más de 10 miembros responden tres encuestados que representa el 1%.

Es importante destacar que prevalece la familia tipo que el país es aproximadamente de entre 4 y 5 miembros.

✓ Preguntas

1. ¿Ha adquirido algún tipo de artesanías?

Tabla 5: Adquisición de artesanías

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	306	80%
No	76	20%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

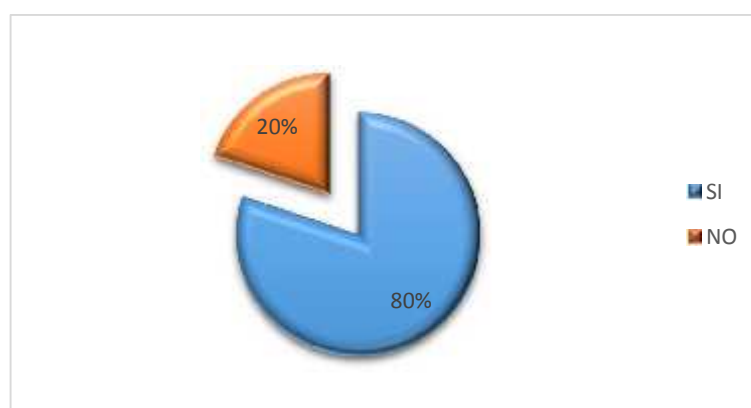


Gráfico 6 Adquisición de artesanías

Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El número de personas que han adquirido algún tipo de artesanías son 306 personas que representan al 80% y 76 personas respondieron que no lo que representa al 20%, es decir que la mayoría de personas han comprado alguna vez una artesanía.

No necesariamente es un dato importante si no se lo analiza en perspectiva, ya que no se identifica el tipo de artesanía que adquirió, sin embargo el dato supone la existencia de un mercado cautivo de artesanía que en futuro inmediato puede ser una referencia para la comercialización de las artesanías de la fundación.

2. ¿Con qué frecuencia compra artesanías?

Tabla 6: Frecuencia de compra de artesanías

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al año	117	38%
2 veces al año	113	37%
3 veces al año	38	13%
Más de 4 veces	38	12%
TOTAL	306	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

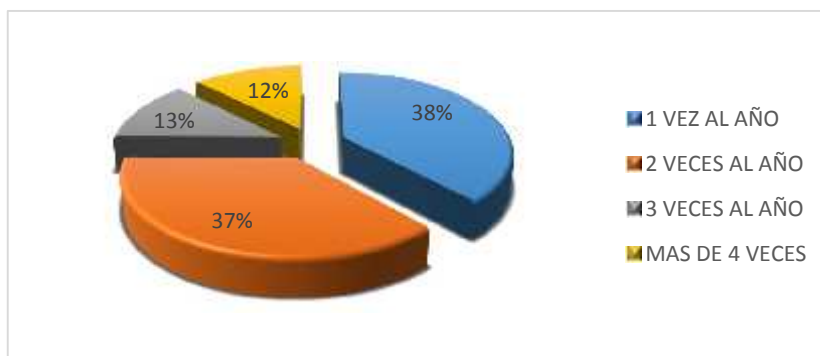


Gráfico 7. Frecuencia de compra de artesanías

Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

La frecuencia de la población con respecto a la adquisición de artesanías se evidencia de la siguiente manera; 1 vez al año compran 117 personas que representa al 38%, 2 veces al año compran 113 personas que representa al 37%, 3 veces al año compran 38 personas que representa el 13% y más de 4 veces al año compran 38 personas que representa al 12%. Es evidente que se ha identificado un mercado cautivo de compradores de artesanías, que no es frecuente en esta costumbre de consumo, por ello la Fundación a través de las estrategias que se planteen en esta investigación, posibilita la necesidad de construir un mercado social de consumidores responsables, que adquieren productos y servicios entendiendo quienes los hace, en condiciones de esfuerzo trabajan y en que se utilizan los recursos que pagan por cada producto.

3. ¿Qué tipo de artesanías prefiere?

Tabla 7: Artesanías de Preferencia

TIPOS DE ARTESANÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Adornos en madera	223	38%
Bisutería	126	21%
Adornos e implementos de cocina	90	15%
Adornos con material reciclado	68	12%
Adornos navideños	54	9%
Encuadernación	28	5%
TOTAL		100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

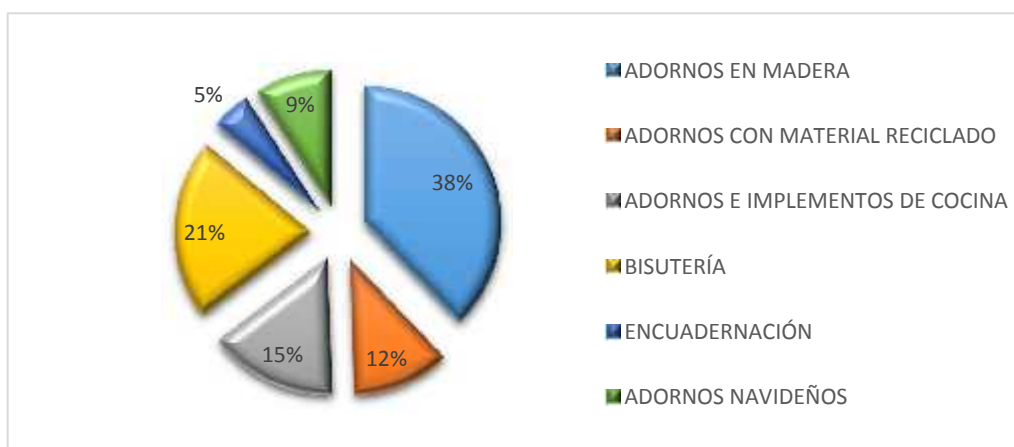


Gráfico 8. Artesanías de Preferencia

Fuente: Tabla N° 8

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 38% de la población encuestada (223) adquieren adornos de madera lo que 1, 126 personas prefieren bisutería lo que representa al 21%, 90 personas prefieren adornos e implementos de cocina lo que representa al 15%, 68 personas prefieren adornos con material reciclado lo que representa al 12%, 54 personas prefieren adornos navideños lo que representa al 9% y a 28 personas prefieren artesanías de encuadernación que representa el 5%. Esta información es interesante porque se centra en la especialización productiva de las microempresa de la fundación, es decir trabajo en madera y bisutería.

4. ¿Conoce Ud. la Fundación Protección y Descanso, una organización inclusiva dedicada a prestar servicios de: Terapia Ocupacional, Fisioterapia, Hidroterapia, Terapia Virtual y Aromaterapia?

Tabla 8: Conocimiento de la Fundación Protección y Descanso

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	313	82%
Si	69	18%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

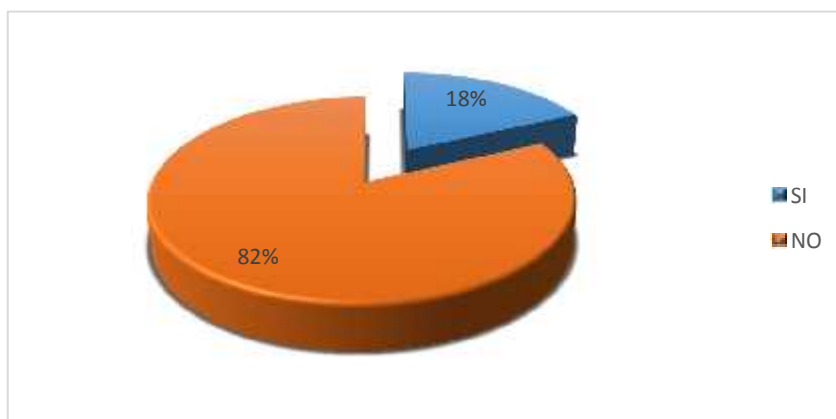


Gráfico 9. Conocimiento de la Fundación Protección y Descanso

Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 82% (313) de la población desconoce de la existencia de la Fundación Protección y Descanso y apenas 69 personas, es decir el 18% no conoce a la institución. Estos datos sin representan un problema, porque la mayoría de potenciales clientes no tiene idea de que existe la Fundación, por tantos la estrategia comunicacional se vuelve imprescindible para cualquier actividad que desarrollo.

5. ¿Sabe qué tipo de artesanías se elaboran en la Fundación Protección y Descanso?

Tabla 9: Artesanías que se elaboran en la Fundación Protección y Descanso

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	342	90%
Si	40	10%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

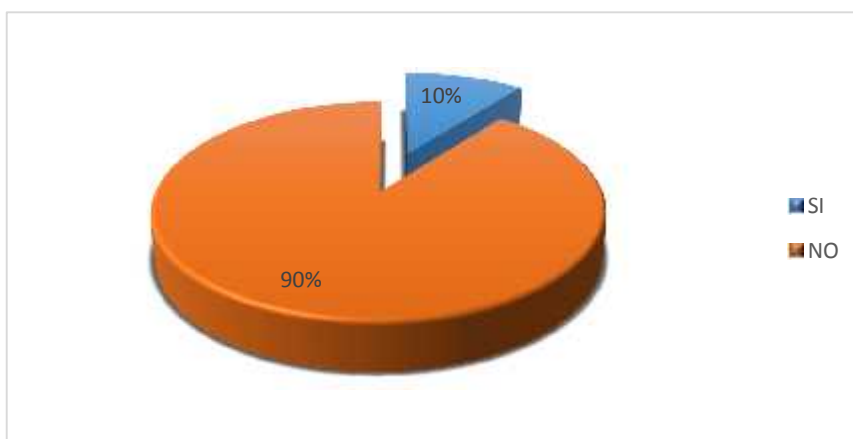


Gráfico 10. Artesanías que se elaboran en la Fundación Protección y Descanso

Fuente: Tabla N° 10

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 90% de la población (342) desconocen de la actividad que realiza la Fundación Protección y Descanso y solo apenas 40 personas es decir el 10%, está al tanto de las actividades que realiza la institución. Una parte de las personas que conocen la fundación, no saben qué tipo de artesanías produce, por tanto la tarea es interesante, hay que generar una marca social institucional para posesionarla.

6. ¿Qué características considera usted que debe tener una tienda de artesanías para que sea competitiva?

Tabla 10: Características de una tienda de artesanías competitiva

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena atención	241	28%
Calidad de productos	185	22%
Variedad	135	16%
Precio	120	14%
Diseño	116	14%
Ubicación	56	6%
TOTAL		100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

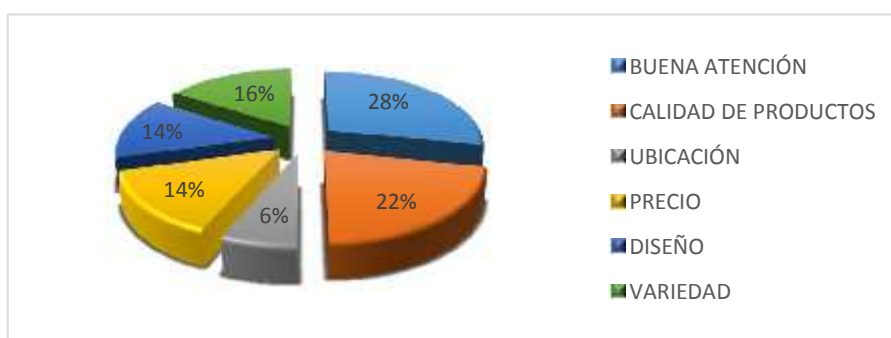


Gráfico 11. Características de una tienda de artesanías competitiva

Fuente: Tabla N° 11

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 28% de la población cree que las tiendas o puntos de venta de artesanías debe tener buena atención, 185 personas consideran que debe tener calidad de productos que representa el 22%, 135 personas consideran que debe poseer variedad de productos que representa el 16%, 120 personas consideran que los precios sean accesibles lo que representa un 14% y 116 personas piensan que una tienda de artesanías se diferencia por los diseños de sus productos lo que representa al 14%.

Las estrategias de venta de las artesanías de la Fundación deberán considerar dichos requisitos para poder insertarse en el mercado de manera objetiva.

7. ¿Le gustaría adquirir artesanías elaboradas en la microempresa inclusiva de la Fundación Protección y Descanso?

Tabla 11. Artesanías que les gusta a las personas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	359	94%
No	23	6%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

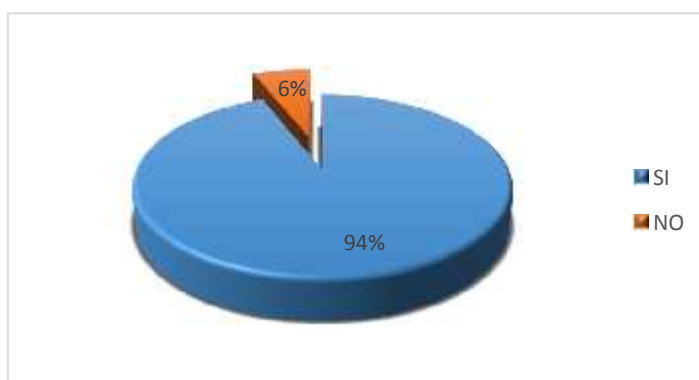


Gráfico 12. Artesanías que les gusta a las personas

Fuente: Tabla N° 12

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

Explicando a la población de lo que se trata, el 94% estarían dispuestos a adquirir artesanías elaboradas por los beneficiarios de la Fundación Protección y Descanso lo y 23 personas no estarían dispuestas a comprarlas debido a sus diferentes gustos lo cual representa un 6%.

Este sería en primer referente de un mercado cautivo, pero si se lo quiere hacer permanente, se deberá efectuar una serie de actividades en las cuales se logre poner en contacto a la población con la fundación.

8. ¿Cuánto dinero destinaría para comprar artesanías?

Tabla 12: Dinero destinado para comprar artesanías

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$5 a \$10	177	49%
De \$11 a \$15	80	22%
Menos de \$5	74	21%
Más de \$16	28	8%
TOTAL	359	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

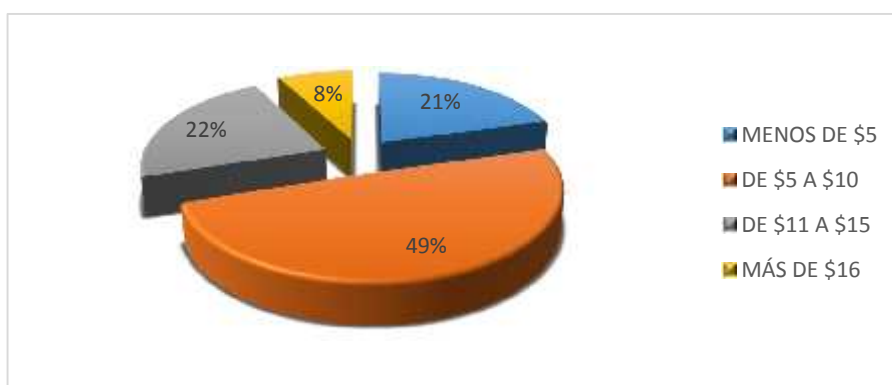


Gráfico 13. Dinero destinado para comprar artesanías

Fuente: Tabla N° 13

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 49% de la población de la muestra, tiene una capacidad de compra de \$ 5 a \$10 de productos artesanales producidos por las microempresas de la Fundación; el 22% entre \$ 11 y \$15; menos de 5 dólares invertiría 21% y más de 16 dólares el 8%.

Es evidente que por el tema de la crisis de la economía nacional y familiar, cada vez el recurso dedicado para adquirir artículos diferentes a los necesarios que requieren para vivir, pero hay segmentos de población que por su capacidad de pago, pueden ser un referente importante de mercado, pero igual hay que concientizarlos en relación a la importancia que significa conocer que los productos son realizados con mucho amor y esfuerzo, por personas con discapacidad intelectual, en procesos asociados con su rehabilitación e inserción a la sociedad.

9. ¿A través de qué medios prefiere recibir información sobre las artesanías que ofrecen los locales comerciales o la Fundación Protección y Descanso?

Tabla 13: Preferencia de los medios de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	191	32%
Redes sociales	181	31%
Radio	64	11%
Volantes/afiches	58	10%
Prensa	56	9%
Página de la fundación	42	7%
TOTAL		100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

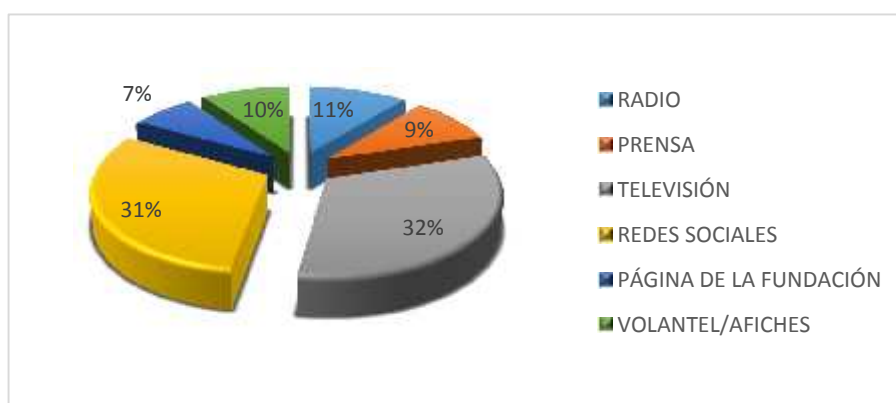


Gráfico 14. Preferencia de los medios de comunicación

Fuente: Tabla N° 14

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 32%, de la población prefiere interesarse a través de la Tv de la oferta de productos y servicios de las microempresas de la Fundación Protección y Descanso, 31% sugiere enterarse por las redes sociales, por la radio el 11% y el resto por otros medios.

La TV es el medio más adecuado pero el más caro a la vez, por tanto las redes sociales son una buena opción para incluso promocionar a la institución que es desconocida por el 90% de la población encuestada, así se hacen desarrolla una estrategia de comunicación integral de la acción social, productiva y humanitaria que realiza.

3.5.2. Encuestas de fisioterapia

Con el fin de determinar la posible demanda del área de Fisioterapia, le efectúo la siguiente encuesta:

✓ Preguntas

1. ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de fisioterapia?

Tabla 14: Utilización del servicio de fisioterapia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	202	53%
No	180	47%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

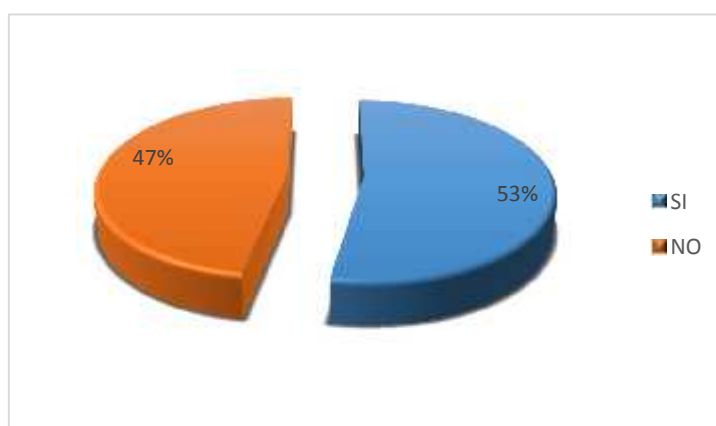


Gráfico 15. Utilización del servicio de fisioterapia

Fuente: Tabla N° 15

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 53% de la población ha utilizado una o varias veces el servicio de Fisioterapia en tanto que el 47%. No. Dicho dato es relevante para extender el servicio de fisioterapia de la Fundación a la población, lo cual de manera planificada y sin alterar los procesos al respecto que reciben los beneficiarios, se proyecta como una interesante fuente de generación de recursos para autoestimar dicha opción que es posible dinamizarla.

2. ¿Cuántas veces utiliza los servicios de fisioterapia?

Tabla 15: Número de veces que han utilizado el servicio de fisioterapia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	65	32%
1 vez a la semana	39	19%
1 vez al mes	38	19%
2 veces al mes	21	10%
1 sola vez	14	7%
2 veces a la semana	12	6%
3 veces a la semana	6	3%
1 vez cuatrimestral	4	2%
1 vez semestral	3	2%
TOTAL	202	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

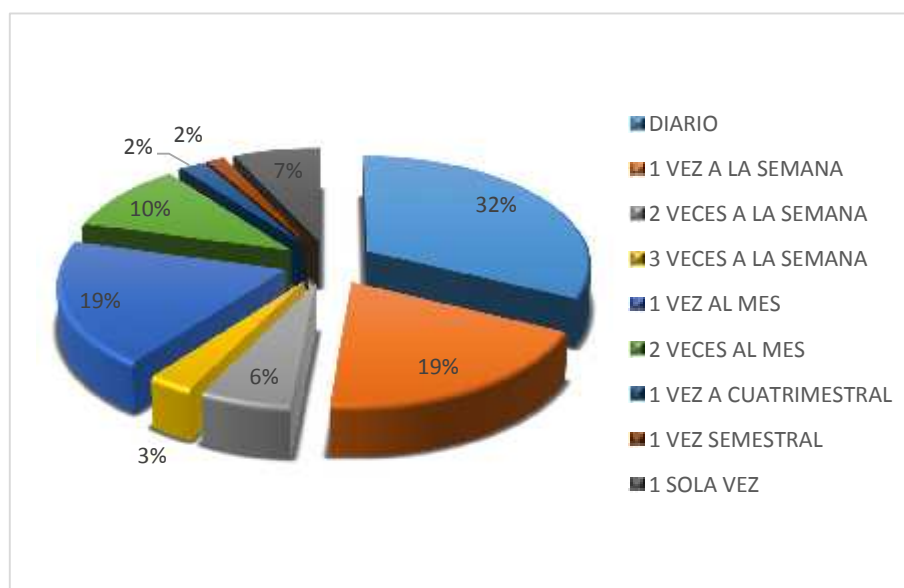


Gráfico 16. Número de veces que han utilizado el servicio de fisioterapia

Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 32% de la población de la muestra, ha recibido debido a una dolencia permanente el servicio de fitoterapia 1 vez al día hasta su recuperación, el 19% una vez por semana o una al mes respectivamente, el resto con menor frecuencia. Vale la pena señalar que el servicio para autogestionario requiere de pacientes que usen con relativa frecuencia dichos servicios, quienes serán los que más lo promocionen y conozcan que los recursos que paguen por atención, sirven para una la finalidad humanitaria.

3. ¿Conoce Ud. que la Fundación Protección y Descanso, una organización inclusiva dedicada a prestar servicios de: Fisioterapia, Hidroterapia y Aromaterapia?

Tabla 16: Conocimiento de la Fundación Protección y Descanso

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	313	82%
Si	69	18%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

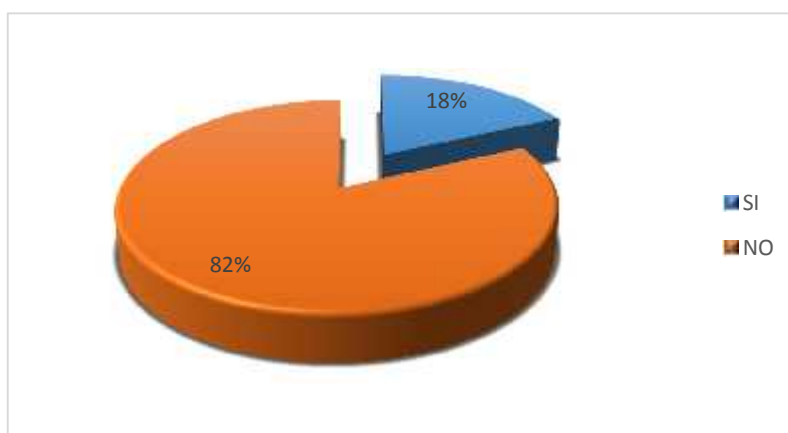


Gráfico 17. Conocimiento de la Fundación Protección y Descanso

Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

Mediante el gráfico identificamos el 82% de la población desconoce que la FUNPRODE efectúa un servicio de fisioterapia a sus beneficiarios el 18% tiene conocimiento de aquello. Esta información permite asociar con las preguntas similares para el caso anterior ya analizado e interpretado. Si no se conoce a una organización y lo que hace, difícilmente es posible promocionar u servicio que puede ser auto gestionado, razón suficiente para dimensionar paralelo al presente estudio de mercado uno para otra área del conocimiento que implique la inserción de la organización en el entorno.

4. ¿Le gustaría utilizar los servicios de fisioterapia de la microempresa inclusiva de la Fundación Protección y Descanso?

Tabla 17. Personas que utilizarían los servicios de fisioterapia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	319	84%
No	63	16%
TOTAL	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

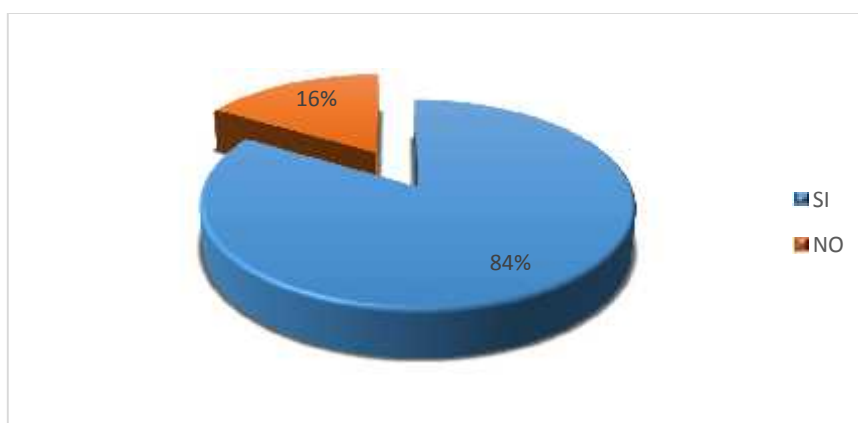


Gráfico 18. Personas que utilizarían los servicios de fisioterapia

Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 84% de la población de la muestra estaría dispuesta utilizar los servicios de fisioterapia de la FUNPRODE y el 16% No. Lo cual habla de un espacio de mercado importante que puede ser visualizado para ofertar un servicio diferente y de calidad.

Si la población se muestra dispuesta a acceder a este servicio, implica el cambio de estrategias que impliquen alternar y con preferencia la atención a los beneficiarios de la institución y abrir el espacio con más profesionales al público.

5. ¿Cuáles las características que requiere para utilizar los servicios de fisioterapia?

Tabla 18: Características del servicio de fisioterapia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Experiencia profesional	255	30%
Equipos utilizados	158	19%
Resultados	152	18%
Atención al cliente	143	17%
Precio	96	12%
Instalaciones	34	4%
TOTAL		100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

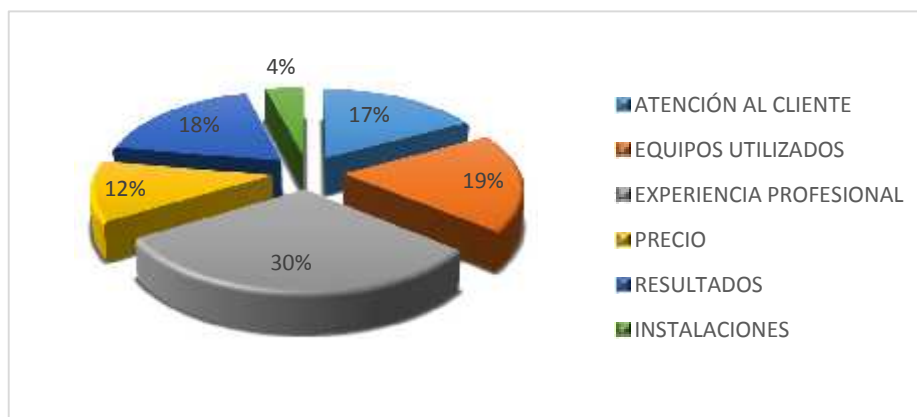


Gráfico 19. Características del servicio de fisioterapia

Fuente: Tabla N° 20

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 30% de los entrevistados prefiere experiencia profesional del servicio para utilizarlo, el 19% se refiere a la calidad y tecnología de equipos, el 18% apuesta por los resultados, el 17% prefiere la buena atención al cliente, el 12% señala importante el precio y el 4% reclama sobre instalaciones adecuadas. Resulta clave destacar que no es el precio del servicio lo más importante para acceder a él, sino las circunstancias relacionadas con la experiencia profesional de los operadores del servicio, los equipos que utilizan y los resultados que se aspiran obtener en los tratamientos diversos de la fisioterapia.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el tratamiento de fisioterapia?

Tabla 19. Personas dispuestas a pagar por el servicio de fisioterapia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 20,00	71	22%
\$ 15,00	151	47%
\$ 10,00	45	14%
\$ 8,00	19	6%
\$ 6,00	14	5%
\$ 25,00	13	4%
\$ 5,00	6	2%
TOTAL	319	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

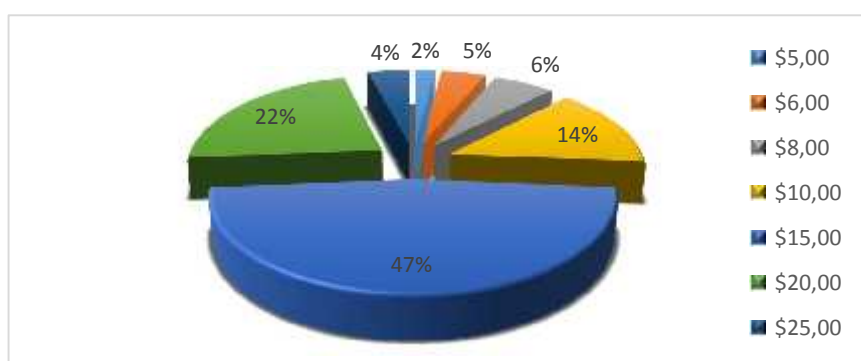


Gráfico 20. Personas dispuestas a pagar por el servicio de fisioterapia

Fuente: Tabla N° 21

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 47% de la población estaría dispuesta a pagar \$15 por el servicio o tratamiento de fisioterapia lo cual representa el 47%, el 22% \$ 20 y el 14% \$10; el 17% restante de % 8 hacia abajo. Esta información genera la posibilidad de promediar costos de acuerdo a la capacidad de pago del paciente y relacionados además con los tratamientos para los cuales acuda al servicio. De hecho habrá que tomar muy en cuenta los costos de mercado para hacer que los que genere la FUNPRODE si decide abrir el servicio, sean competitivos y proyecten autogestión y ante todo servicio a los más necesitados.

7. ¿A través de qué medios prefiere recibir información sobre los servicios de fisioterapia que ofrece la Fundación Protección y Descanso?

Tabla 20: Preferencia de los medio de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	146	31%
Redes sociales	139	29%
Radio	58	12%
Volantes/afiches	46	10%
Prensa	44	9%
Página de la fundación	42	9%
TOTAL		100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

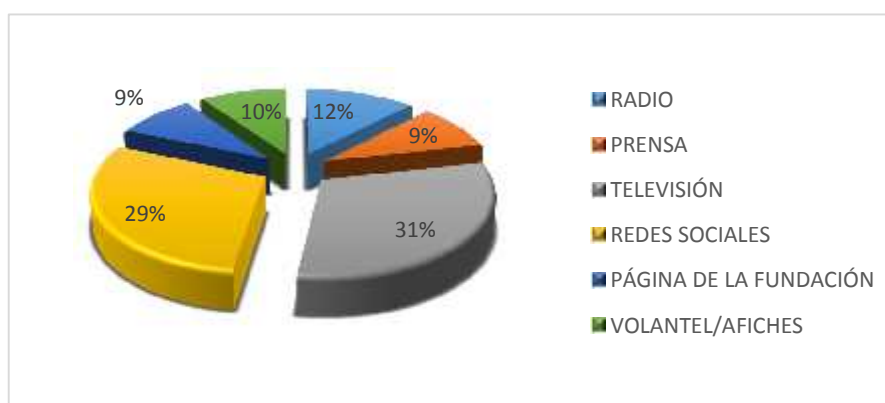


Gráfico 21. Preferencia de los medio de comunicación

Fuente: Tabla N° 22

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

De la misma manera que el grupo relacionado con las microempresas, el 31% de la población prefiere ser informada por la Tv sobre la promoción del servicio, el 29% por las redes sociales y el 40% restante por otros medios como la radio, prensa, volantes entre otros. Lo importante es reiterar la importancia de las redes sociales que representa cero costo y mayor receptividad, frente a la Tv que es inaccesible por el tema de los costos para la FUNPRODE.

3.5.3. Encuesta del servicio de lavandería

Este es otro de los servicios que la FUNPRODE intenta dinamizar gracias la infraestructura que posee y que en el tiempo ha sido totalmente subutilizada:

✓ Datos informativos

Tabla 21: Desagregación de la muestra por sexo

SEXO	CANTIDAD	FRECUENCIA
Femenino	112	82%
Masculino	25	18%
TOTAL	137	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

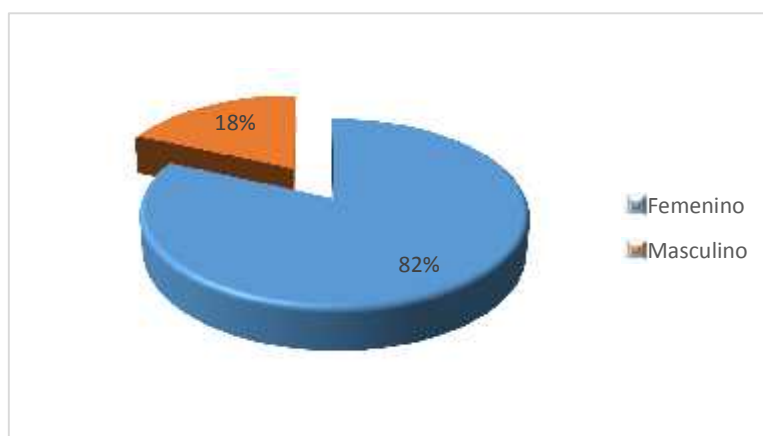


Gráfico 22. Desagregación de la muestra por sexo

Fuente: Tabla N° 23

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

Mediante el gráfico identificamos que del total de número de personas encuestadas, el 82% son mujeres y el 18% hombres. Aquello va en relación al mayor conocimiento de las mujeres con respecto a la actividad que en una sociedad machista como la nuestra, está más ejecutada por ellas que por ellos.

Tabla 22. Rango de edades

EDADES	CANTIDAD	PORCENTAJE
31-40	52	38%
41-50	44	32%
51-60	22	16%
20-30	19	14%
TOTAL	137	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

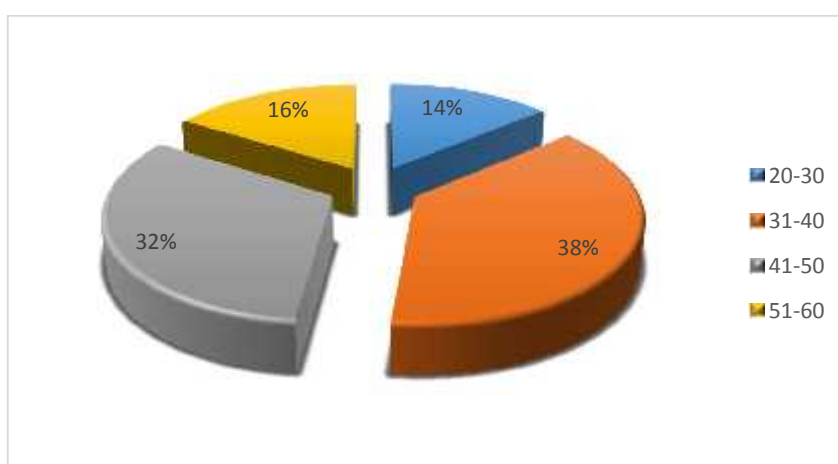


Gráfico 23. Rango de edades

Fuente: Tabla N° 24

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 30% de la muestra está representada por hombres y mujeres con una edad que fluctúa entre los 31 y 40 años, seguida por el 32% relacionada con el rango de 41 a 50 años; 16% de 51 a 60 años y 14% de 20 a 30 años. Es importante destacar que la muestra está adecuadamente estructurada con relación a la edad de las personas que pueden dar una información más objetiva con respecto a lo que interesa para la promoción del servicio.

Tabla 23. Actividad económica de la muestra

OCUPACIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Negocio propio/independiente	66	48%
Empleada privada	21	15%
Empleada domestica	17	12%
Quehacer doméstico	16	12%
Comerciante	11	8%
Estudiante	4	3%
Docente	2	2%
TOTAL	137	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

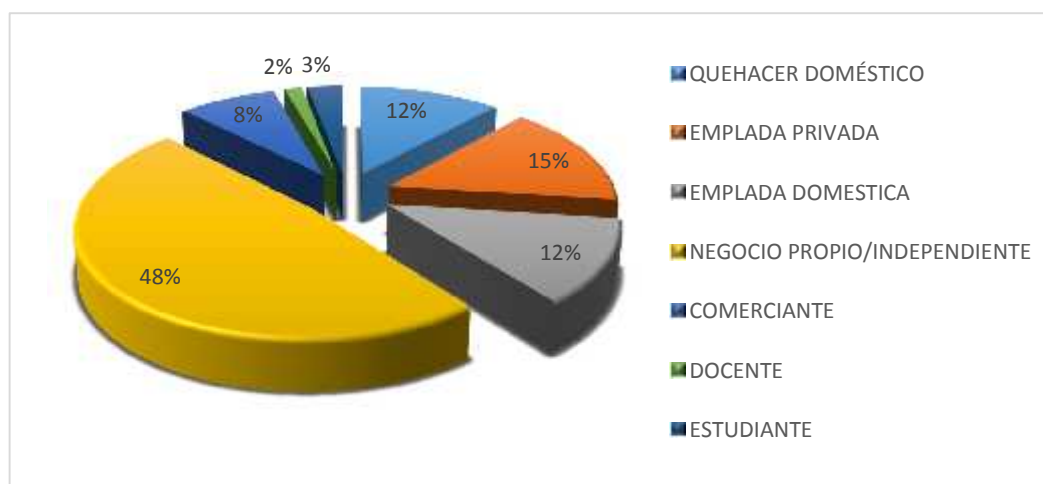


Gráfico 24. Actividad económica de la muestra

Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 48% de la población representada en la muestra se dedica a atender su propio negocio, el 15% son empleados privados, los 12% empleadas domésticas, el 12% son amas de casa que hacen los quehaceres domésticos entre las actividades más relevantes. Lo importante de la información radica en el tipo de entrevistados(as) que de alguna manera están relacionados con la actividad que la FUNPRODE quiere promocionar y que desarrollan aquella diariamente en sus hogares.

Tabla 24: Miembros de la familia

N° MIEMBROS EN LA FAMILIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hasta 3	76	55%
4 a 6	57	42%
Más de 7	4	3%
TOTAL	137	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

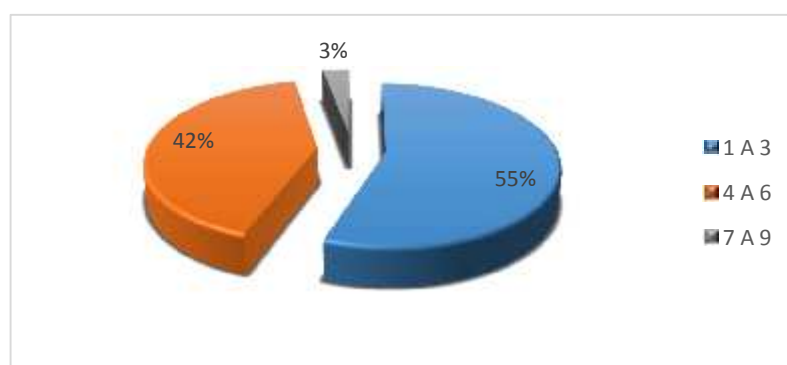


Gráfico 25. Miembros de la familia

Fuente: Tabla N° 26

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 55% de la muestra integran hogares compuestos de hasta 3 miembros, el 42% de 4 a 6 miembros y el 3% ms de 7 miembros. De alguna manera se puede inferir que hay hogares con pocos promedios que se pueden acercarse a la realidad de la familia tipo ecuatoriana que es de 5 miembros promedio. Se puede inferir además que son familias que cuentan con lavadoras de ropa que a lo mejor no les interese el tema o en su defecto por el trabajo y la falta de tiempo, prefieren que las empresas que realizan están en esta actividad y que localmente ya son varias, realcen por ellos este trabajo diario y agotador.

✓ **Preguntas:**

1. La tarea de lavado de ropa Ud. lo realiza en:

Tabla 25. Lugar de lavado de ropa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Su domicilio	110	80%
Servicio de lavandería	8	6%
Ambas	19	14%
TOTAL	137	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

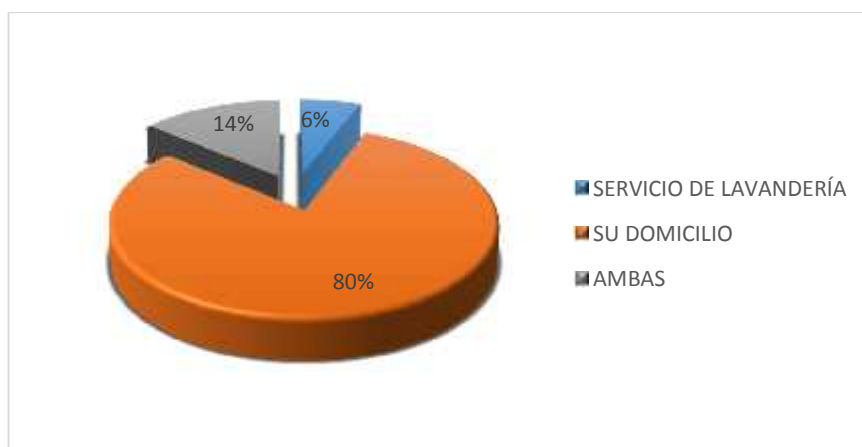


Gráfico 26. Lugar de lavado de ropa

Fuente: Tabla N° 27

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 80% de la población representada en la muestra efectúa el lavado de ropa en su casa, el 14% contra el servicio y el 6% de las dos maneras. De hecho este dato es difícil asimilarlo, solamente cabe para al FUNPRODE sensibilizar a la población el hecho de que quienes ejecutan el servicio son personas con discapacidad intelectual que con su trabajo demuestran que es posible insertarse en la actividad laboral y de servicio a la colectividad.

2. ¿Con que frecuencia realiza el lavado de ropa?

Tabla 26. Frecuencia de lavado de ropa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez por semana	66	48%
2 veces por semana	55	40%
3 veces por semana	16	12%
TOTAL	137	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

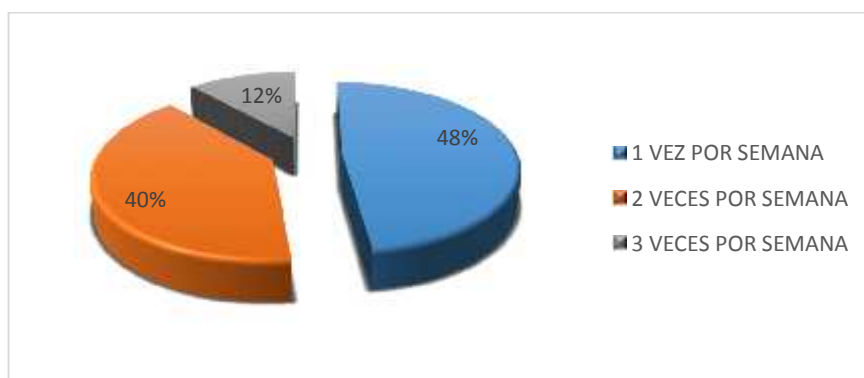


Gráfico 27. Frecuencia de lavado de ropa

Fuente: Tabla N° 28

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

La frecuencia de lavado de ropa en los hogares de la muestra seleccionada señala que dicha actividad el 48% lo realizan con una frecuencia diaria, el 40% dos veces por semana y el 12% 3 veces por semana. Esto demuestra que la mayoría de encuestados por falta de tiempo o por el volumen de ropa para el lavado, requiere un solo día que bien lo podría resolver contratado dicho servicio, al igual que aquellos que lo hacen dos veces a la semana.

3. ¿Sabía Ud. que la Fundación Protección y Descanso ofrece el servicio de lavado y secado de ropa?

Tabla 27: Conocimiento de los servicios de lavandería que ofrece la Fundación Protección y Descanso

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	125	91%
Si	12	9%
TOTAL	137	

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

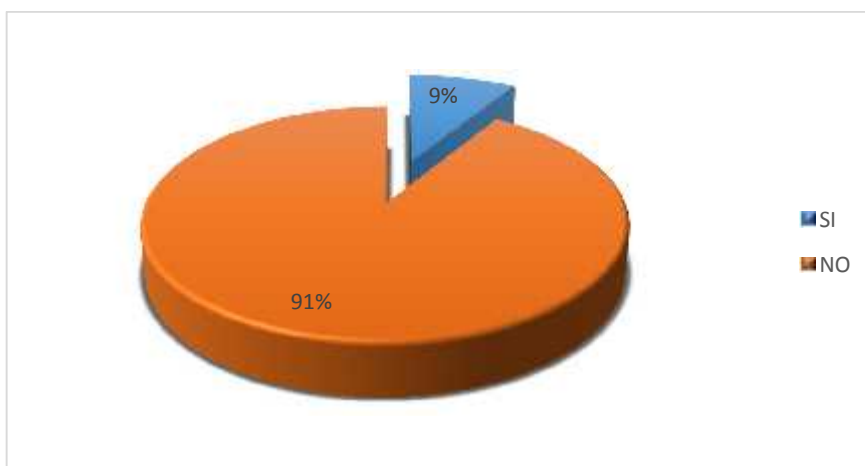


Gráfico 28. Conocimiento de los servicios de lavandería que ofrece la Fundación Protección y Descanso

Fuente: Tabla N° 30

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

El 91% de la población desconoce que la FUNPRODE está en condiciones de ofertar el servicio de lavado y secado de ropa, el 9% dice que sí. En la zona donde se encuentra la fundación hay algunos servicios al respecto ya posicionados, en tanto que el de la fundación, no ha sido promocionado debido a la falta de visión de negocios que desde esta actividad, pueda ser una alternativa para lograr autogestión para la institución.

4. ¿Le gustaría utilizar el servicio de lavado y secado de ropa de la microempresa inclusiva de la Fundación Protección y Descanso?

Tabla 28. Utilización del servicio de lavandería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	64	47%
No	73	53%
TOTAL	137	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

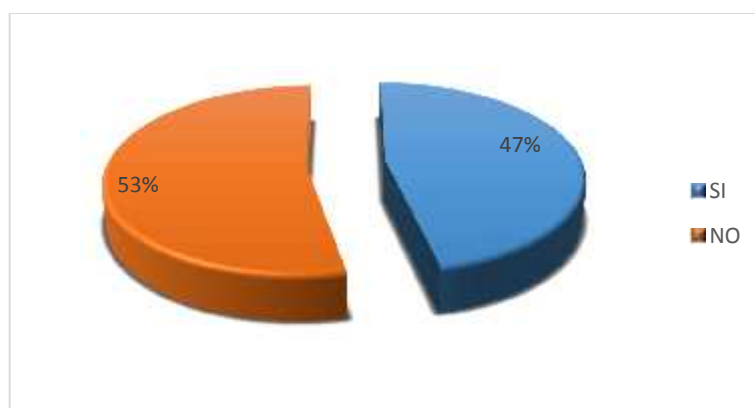


Gráfico 29. Utilización del servicio de lavandería

Fuente: Tabla N° 31

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

Solamente el 47% de la población que representa la muestra, estaría dispuesta a utilizar el servicio de lavado y secado de ropa de la FUNPRODE, aquello es coherente con el resultado y análisis de las respuestas de las preguntas anteriores sobre el tema.

5. ¿En qué días preferiría utilizar el servicio de lavandería?

Tabla 29: Días preferidos para usar el servicio de lavandería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sábado	58	31%
Viernes	48	26%
Miércoles	36	19%
Jueves	17	9%
Lunes	16	9%
Martes	11	6%
TOTAL	186	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

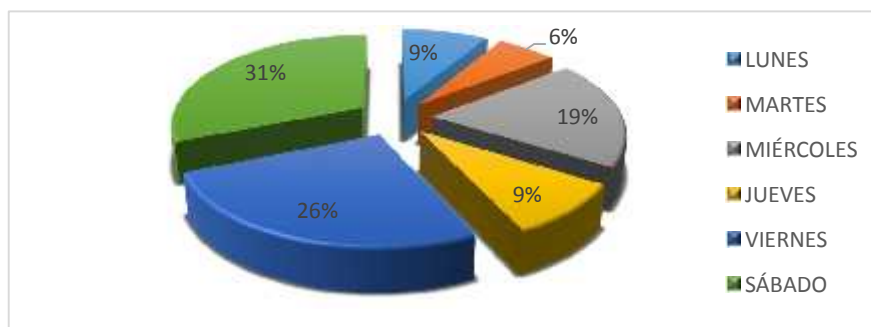


Gráfico 30. Días preferidos para usar el servicio de lavandería

Fuente: Tabla N° 32

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

En esta pregunta de selección múltiple, se obtuvieron 186 respuestas de los 137 entrevistados que quieren o no quieren utilizar el servicio de la FUNPRODE, a fin establecer por el tema de los flujos de trabajo al respecto, los días de mayor actividad al respecto y resulta que el 31% de la población lava su ropa el, el 26% el viernes, el 19% el miércoles y el resto los otros días.

Los lunes, martes y jueves, la frecuencia es menor, por tanto la planificación para la oferta del servicio deberá considerar dicha información para que sea rentable y satisfactorio para los clientes. En tanto que el día sábado que la FUNPRODE no labora, el flujo de trabajo podría ser el mejor de la semana.

6. ¿Cuáles son los aspectos importantes que Ud. considera al momento de utilizar el servicio de lavandería?

Tabla 30. Aspectos importantes del servicio de lavandería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Suavizante y perfumado	60	22%
Quitado de manchas	58	21%
Cuidado de prendas	56	21%
Precio	36	13%
Atención al cliente	32	12%
Puntualidad en la entrega	29	11%
TOTAL		100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

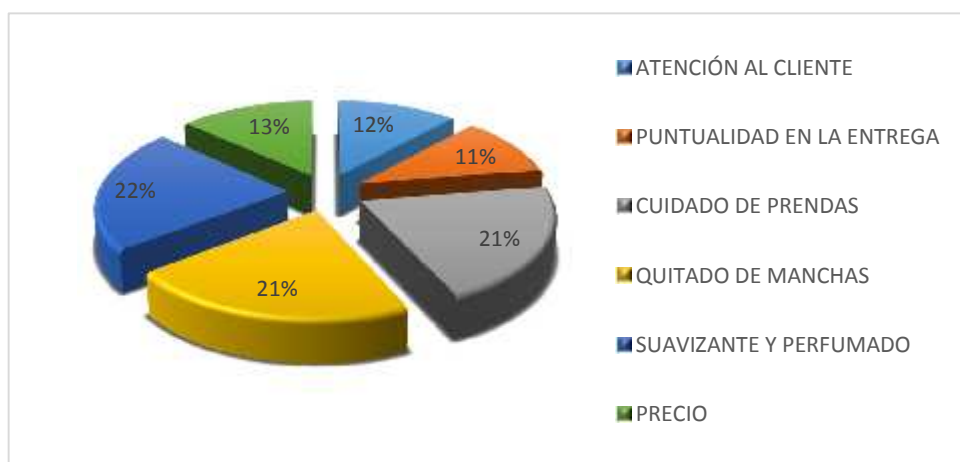


Gráfico 31. Aspectos importantes del servicio de lavandería

Fuente: Tabla N° 33

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

Al igual que en la proyección del servicio de fisioterapia, los potenciales clientes consideran los siguientes aspectos que deben ser considerados para el servicio de calidad al respecto: el 22% requiere su ropa con suavizante y perfumada; el 21% quitada las manchas; el 21% dan importancia al cuidado que deben tener con las prendas; el 13% al precio, el 12% atención al cliente y el 11% puntualidad en la entrega.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por kg., de ropa lavada y secada?

Tabla 31: Precio por kg de ropa lavada y secada

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,75 ctvs.	44	69%
\$ 1,00	9	14%
0,50 ctvs.	5	8%
\$ 1,50	3	4%
\$ 2,00	3	3%
TOTAL	64	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

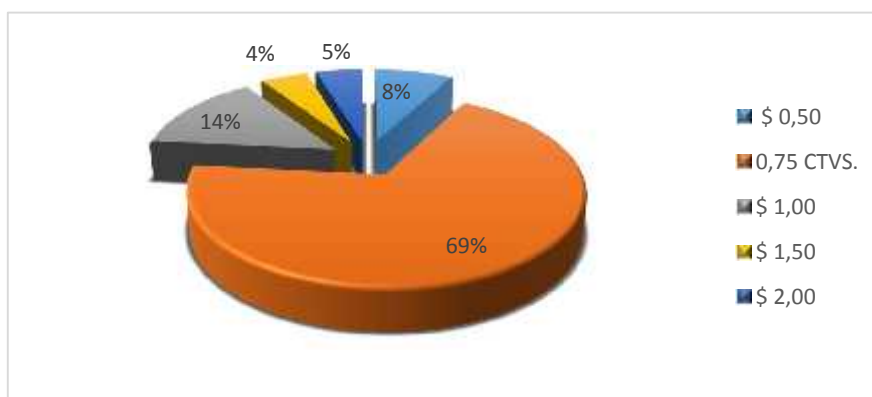


Gráfico 32. Precio por kg de ropa lavada y secada

Fuente: **Tabla N° 34**

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

En relación al precio, las respuestas fueron efectuadas solamente por la población interesada en la utilización del servicio, de ella; el 69% prefiere pagar \$ 0.75 por kilo de lavado y secado, el 14% \$ 1,00 y el resto otros precios que no guardan relación con la oferta de la actividad en Riobamba.

8. ¿De las siguientes opciones cuál estaría dispuesto a dejar en el servicio de lavandería?

Tabla 32: Opciones para dejar en el servicio de lavandería

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cobijas	56	32%
Cobertores/edredones	48	27%
Prendas de vestir	28	16%
Cubrecamas	16	9%
Sábanas	11	6%
Toallas	9	5%
Manteles	8	5%
TOTAL		100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Ruth López

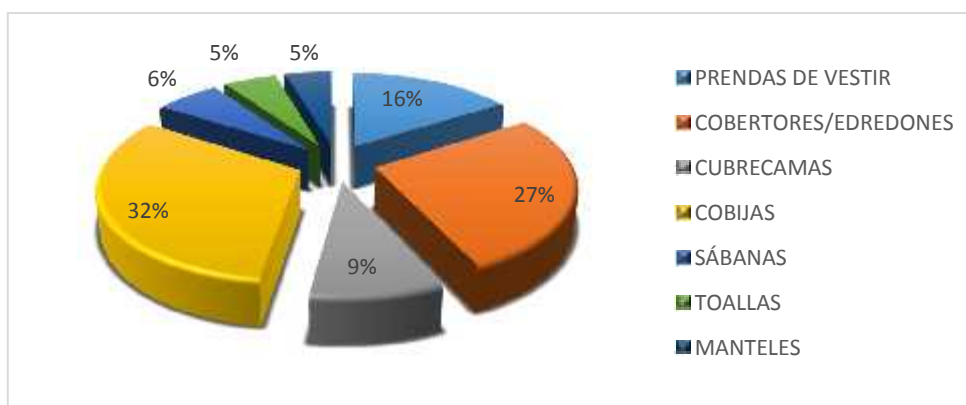


Gráfico 33. Opciones para dejar en el servicio de lavandería

Fuente: Tabla N° 35

Elaborado por: Ruth López

Análisis e interpretación:

Esta pregunta guarda relación con la demanda del tipo de prenda que debe ser lavada y secada; en ello, el 32% se refiere a cobijas, el 27% a cubrecamas o edredones, la demanda de prendas de vestir es solamente del 18% el resto a otro tipo de prendas. Por tanto los interesados requieren un servicio que representa un mayor esfuerzo tanto para la tecnología disponible para el efecto por la FUNPRODE como para quienes van a operar el servicio.

3.5.4. Conclusión de los resultados obtenidos durante las encuestas de los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso.

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas se cerciora que la mayoría de la población desconoce la existencia de la Fundación Protección y Descanso, a pesar de que se ha realizado casas abiertas, ferias inclusivas y eventos organizados por instituciones públicas, donde exponen las actividades que tienen en funcionamiento, los moradores de la localidad “La Loma de Quito” y la ciudadanía en general ignoran de los bienes y servicios (artesanías, lavandería y fisioterapia) que ofrece la institución.

La tres encuestas efectuadas demuestran el poco conocimiento que tiene la población sobre la existencia de la FUNPRODE y de las actividades productivas que hace y que se pueden potenciar para captar mercados más amplios.

También resaltan la necesidad en la utilización de medios masivos de difusión como las redes sociales para la promoción del FUNPRODE, su actividad sus productos y servicios, a fin de que la colectividad se sensibilice de la obra humanitaria y técnica que realiza en beneficio de seres humanos que necesitan ser incluidos y visibilizados por una sociedad llena de desigualdad e injusticia.

Se debe resaltar también que estamos frente a un consumidor que pese a la crisis resalta otros elementos que no son el precio que debe pagar, sino la calidad, la oportunidad en la entrega, la atención que pueda recibir, entre otros.

3.6. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

3.6.1. Método estadístico utilizado

El método de verificación de la hipótesis que se ha utilizado para la investigación es el Chi-cuadrado o Ji cuadrado (χ^2), es una distribución de probabilidad continua con un parámetro K , que representa el grado de libertad de la variable aleatoria, para lo cual se plantea la hipótesis nula (H_0) indican que ambas variables son independientes y la hipótesis alternativa (H_1) indican que las variables tienen algún grado de asociación. Este método es útil para comprobar las hipótesis relacionadas con la diferencia entre el conjunto de frecuencias observadas (f_o) en una muestra y el conjunto de frecuencias esperadas (f_e) de la misma muestra, y así sustentar la investigación de manera estadística.

3.6.2. Planteamiento de la hipótesis

- **Hipótesis Nula (H_0):** Con la propuesta técnica de gestión comercial para los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso, **NO** fortalecerá el proceso de comercialización a corto y mediano plazo de los bienes y servicios (fisioterapia, lavandería y artesanías), para que la institución sea sostenible sus actividades comerciales y que los beneficiarios sean a más de productores impulsores de ventas.
- **Hipótesis Alterna (H_1):** Con la propuesta técnica de gestión comercial para los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso, **SI** fortalecerá el proceso de comercialización a corto y mediano plazo de los bienes y servicios (fisioterapia, lavandería y artesanías), para que la institución sea sostenible sus actividades comerciales y que los beneficiarios sean a más de productores impulsores de ventas.

3.6.3. Nivel de significancia

Para la verificación de la hipótesis se utilizó un margen de error del 5%, el cual se convierte en un nivel de significancia $= 0.05$ con el que se muestra los datos en la tabla del Chi-cuadrado.

3.6.4. Especificación de lo estadístico

Para la verificación de la hipótesis se escogió las preguntas 1, 4, 5 y 7 que corresponde a la encuesta de artesanías, preguntas 1 y 4 a la encuesta de fisioterapia y preguntas 3 y 4 a la encuesta de lavandería, las mismas que constan de varias alternativas como resultados de la propuesta técnica de gestión comercial para la Fundación Protección y Descanso, si fortalecerá el proceso de comercialización a corto y mediano plazo de los bienes y servicios (fisioterapia, lavandería y artesanías), para que la institución sea sostenible sus actividades comerciales y que los beneficiarios sean a más de productores impulsores de ventas.

3.6.4.1. Cálculo de las frecuencias observadas y esperadas

Tabla 33. Frecuencias observadas

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
P 1ª	306	76	382
P 4ª	69	313	382
P 5ª	40	342	382
P 7ª	359	23	382
P 1F	202	180	382
P 4F	319	63	382
P 3L	12	125	137
P 4L	64	73	137
TOTAL	1371	1195	2566

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ruth López

Para obtener las frecuencias esperadas multiplicamos el total de cada columna por el total de cada fila, entre el total de fila y columna, es decir:

FRECUENCIAS ESPERADAS	
$1371 * 382 / 2566$	204,1
$1195 * 382 / 2566$	177,9
$1371 * 137 / 2566$	73,2
$1195 * 137 / 2566$	63,8

Tabla 34. Frecuencias esperadas

PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
P 1ª	306	76	382
P 4ª	69	313	382
P 5ª	40	342	382
P 7ª	359	23	382
P 1F	202	180	382
P 4F	319	63	382
P 3L	12	125	137
P 4L	64	73	137
TOTAL	1371	1195	2566

Fuente: Tabla N° 33

Elaborado por: Ruth López

2.4.2.1. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que la tabla de frecuencias consta de 9 filas y 2 columnas.

El grado de libertad se obtendrá a través de la fórmula:

$$GI = (k-1) (j-1)$$

Simbología:

GI = Grado de libertad

k = número de categorías o filas

j = número de columnas (variables)

Tabla 35. Grados de libertad

GRADO DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
GI=	(K-1)	(j-1)
GI=		
GI=	(8-1)	(2-1)
GI=		
GI=	7	1
GI=		
GI=	7*1	
GI=	7	

Fuente: Tabla N° 34

Elaborado por: Ruth López

Tabla 36. Cálculo del chi cuadrado tabla

NIVEL DE CONFIANZA	95%
Significativa	5%
Grado de Libertad	7
VALOR CRÍTICO (χ^2_T)	14,0671

Fuente: Tabla N° 35

Elaborado por: Ruth López

Para obtener el Chi-cuadrado según la tabla se buscó el grado de libertad y el nivel de 0.05 de significancia en términos porcentajes representa al 5% y así se obtuvo el Chi-cuadrado tabla (χ^2_T) que se compara con el Chi-cuadrado calculado (χ^2_C).

De acuerdo a este criterio se determinó si el χ^2_C es mayor o igual que el χ^2_T se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, pero si χ^2_T es mayor que el χ^2_C se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula.

3.6.5. Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

El valor de Chi-cuadrada se calculará a través de la formula siguiente:

$$\chi^2 = \sum \left[\frac{(FO - FE)^2}{FE} \right]$$

En donde:

χ^2 = Chi-cuadrada

=Sumatoria

FO = Frecuencia observada

FE = Frecuencia esperada

Tabla 37. Chi-cuadrado calculado

FO	FE	FO-FE	²	Chi cuadrado
306	204,1	101,9	10383,61	50,8751
76	177,9	-101,9	10383,61	58,3677
69	204,1	-135,1	18252,01	89,4268
313	177,9	135,1	18252,01	102,5970
40	204,1	-164,1	26928,81	131,9393
342	177,9	164,1	26928,81	151,3705
359	204,1	154,9	23994,01	117,5601
23	177,9	-154,9	23994,01	134,8736
202	204,1	-2,1	4,41	0,0216
180	177,9	2,1	4,41	0,0248
319	204,1	114,9	13202,01	64,6840
63	177,9	-114,9	13202,01	74,2103
12	73,2	-61,2	3745,44	51,1672
125	63,8	61,2	3745,44	58,7060
64	73,2	-9,2	84,64	1,1563
73	63,8	9,2	84,64	1,3266
TOTAL (χ^2_c)				1088,3069

Fuente: Tabla N° 35 y 36

Elaborado por: Ruth López

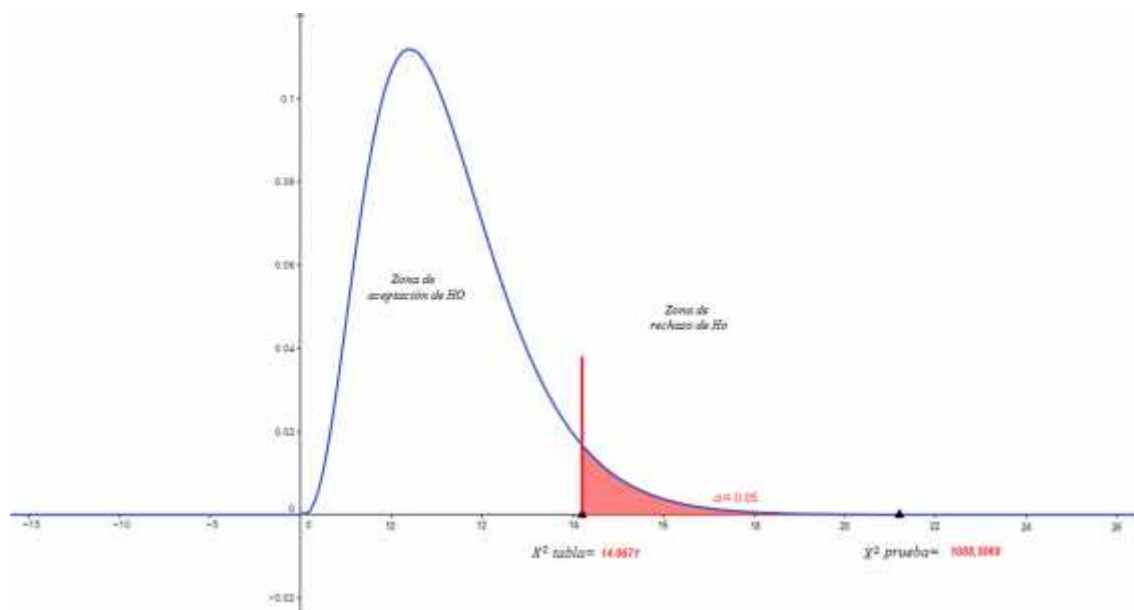
$$\chi^2_c = 1088,3069 > \chi^2_t = 14,0671$$

De acuerdo a estos resultados pudo verificarse que el Chi-cuadrado calculado es mayor que el Chi-cuadrado tabla, por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Es decir que: “Al diseñar la propuesta técnica para la gestión comercial de los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso se fortalecerá el proceso de comercialización a corto y mediano plazo de los bienes y servicios (fisioterapia, lavandería y artesanías), para que la institución sea sostenible sus actividades comerciales, siendo los beneficiarios a más de productores impulsores de ventas”.

3.6.6. Distribución de Chi Cuadrado

Con **7** grados de libertad y un nivel de **0.05%** de significación se tiene el valor en la tabla χ^2 es igual a **14,0671**

Gráfico 34. Distribución de chi cuadrado



Fuente: Geogebra, Tabla N° 35 y 36

Elaborado por: Ruth López

Se aceptará la H_0 si el valor de X^2C a X^2T , en el cálculo realizado la prueba Chi-cuadrado dio como resultado un valor de **1088,3069** por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que confirma que efectivamente que:

“Al diseñar la propuesta técnica para la gestión comercial de los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso se fortalecerá el proceso de comercialización a corto y mediano plazo de los bienes y servicios (fisioterapia, lavandería y artesanías), para que la institución sea sostenible sus actividades comerciales, siendo los beneficiarios a más de productores impulsores de ventas”.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

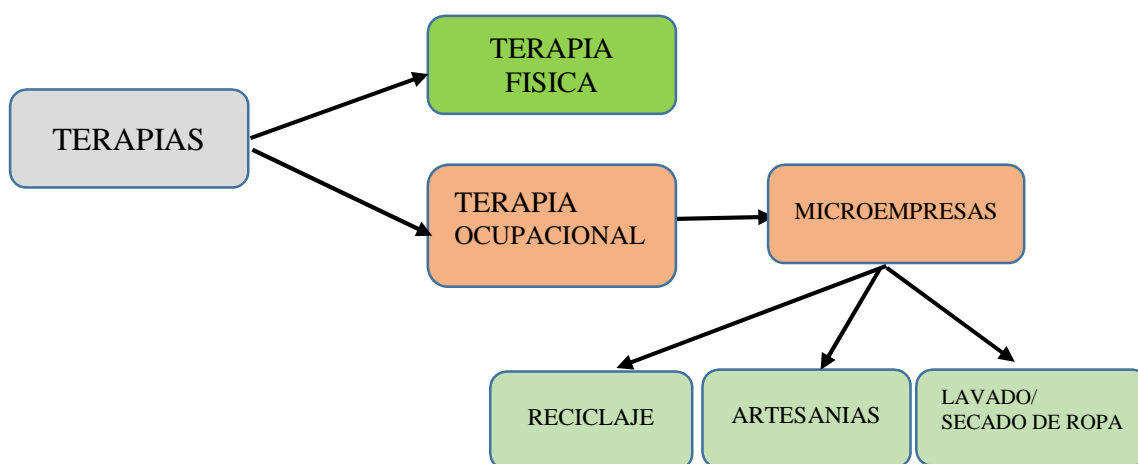
4.1.TÍTULO

PROPUESTA TÉCNICA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS PRODUCTIVOS DE LA FUNDACIÓN PROTECCIÓN Y DESCANSO, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2016.

4.2.SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MICROEMPREDIMIENTOS DE LA FUNDACIÓN PROTECCIÓN Y DESCANSO.

La situación actual de los microemprendimientos (fisioterapia lavandería y artesanías) de la Fundación Protección y Descanso se realizó mediante la observación. El área de fisioterapia funciona con la ayuda de la terapia, ocupacional, trabajan en conjunto para lograr resultados en su desarrollo y habilidad física, cada área se encuentra equipada adecuadamente para su uso diario. A continuación se grafica como está dividida las áreas de estudio.

Figura 9. Áreas de terapias



Fuente: Fundación Protección y Descanso

Elaborado por: Ruth López

4.2.1. Terapias

Como parte importante del proceso de rehabilitación y futura inserción de los beneficiarios al mundo laboral público, privado o de la economía solidaria, la Fundación ha logrado en el transcurso de su vida institucional, desarrolla una serie de terapias; como: la terapia física y terapia ocupacional.

En términos generales la terapia física que se desarrolla a través de algunas especializaciones como la fisioterapia, la hidroterapia; sumada a ellas la aromaterapia, musicoterapia la terapia virtual, cuyos beneficios como relajación muscular, alivio de dolor, motricidad, entre otros y por otra parte la terapia ocupacional, la misma que es considerada como una rehabilitación especialmente para las manos como es la motricidad fina, pinza fina y gruesa que sirve para la coordinación de músculos, huesos, y nervios produciendo movimientos pequeños y precisos, llevado de la mano de la psicomotricidad, que ayuda a la concentración del aprendizaje, afirma su lateralidad, control del cuerpo, postura equilibrio y facilita el aprendizaje.

A fin de alcanzar una mayor profundización de lo expresado, se detalla desagregadamente lo que significa cada una de ellas:

4.2.1.1.Terapia Física

La implementación de esta terapia en la institución nace a raíz de las diferentes patologías que poseen los usuarios,; tales como: retardo mental, parálisis cerebral, síndrome de Down, autismo y multiretos siendo algunas de las causas meningitis, hipoxia neonatal, congénito, genético e hidrocefalia, que no solo afecta la parte intelectual del individuo sino como consecuencia se presenta en problemas de motricidad y durante el proceso de la discapacidad, en diferentes molestias físicas que deben ser tratadas con profesionalismo y urgencia.

La terapia física ayuda mucho al tratamiento o rehabilitación para diversas patologías que necesariamente requieren atención especializada, por ello se la considera como una rama paramédica que se encarga de mejorar o aliviar las secuelas invalidantes a causa de una enfermedad o traumatismo. Dicha terapia a través de la aplicación de agentes físicos y ejercicios especializados para integrar a la persona al medio social.

La Fundación atiende a 35 beneficiarios con diferentes patologías a tratar, para ello cuenta con una profesional apta al perfil de terapeuta físico y la ayuda de practicantes de la

Universidad Nacional de Chimborazo del área de terapia física, que colaboran con las tareas diarias en un horario de 8:00 a 12:00 del día, se atiende de 9 a 10 beneficiarios con una duración de 45 minutos por persona, en los días lunes, miércoles y viernes, cumpliendo con la planificación semanal acorde a la patología que se requiere.

Además la responsable de esta área realiza un informe mensual donde se detalla el número de personas atendidas en los días correspondientes a lo planificado y se describe las mejorías que obtuvieron durante el tratamiento, y equipos que se utilizan según la necesidad de cada uno como; Electro estimulador, Magnetoterapia, Sistema de laser terapia, Tanques de parafina, Ultrasonido porta digital, Caminadora, Balanza digital, Calefactor, Equipo de sonido, Compresa, Nebulizador, Tensiómetro, Estetoscopio, Bicicleta estática, Pares de piezas de mancuernas, Andadores, Escalera para dedos, de las cuales algunos equipos se encuentran en mal estado como es el caso del electro estimulador, la bicicleta estática y ocho compresoras rotas por lo cual se debería dar mantenimiento para su uso adecuado.

También se cuenta con otros implementos como; Escaleras, Camillas, Colchonetas, Rueda de hombro, Paralela, Balón de Bobath, Mesa de Kanabel, Toallas, Sillas mixtas, Juguetes, Pelotas, Fundas de tela, Sabanas, Mantas, Almohada, Regulamatic, Veladores, Basureros, Fundas de almohadas, Cobija polar, Masajeador, Repisa de madera, Túnel, Medias lunas, Cuñas, Circulo, Rodillo, Cubo grande, Barras pequeñas, Sillas de ruedas, Multi-fuerzas, Canastas de ropa y Bandas.

Por otra parte el servicio de fisioterapia solo se atiende al momento a los beneficiarios de la Fundación y en reiteradas ocasiones a los padres de familia, ya que no se ha podido brindar el servicio a la comunidad por diferentes causas como: el estudio de costos de tratamientos diversos para establecer una tarifa “base” para externalizar los servicios y la existencia de una sola profesional que realiza las funciones de dar tratamiento de rehabilitación e hidromasaje a todos los jóvenes y adultos con discapacidad de la institución.

Por tanto, al ser un servicio de calidad y dotado de alta tecnología en equipos para el tratamiento, se cree posible abrirla al público en general, por ello es fundamental contar con una proyección de ingresos para canalizar este beneficio a la comunidad.

4.2.1.2.Terapia Ocupacional

Se desarrolla a través de lo que se podrían denominar microempresas que pretenden contribuir al proceso de rehabilitación y a la vez entrenamiento, para que los beneficiarios se inserten en la sociedad o a su vez en conjunto con su familia, pueda crear su propio emprendimiento.

La terapia ocupacional tiende a desarrollar en el beneficiario, capacidades relacionadas con la motricidad, el desarrollo y/o aprovechamiento de habilidades y destrezas para la elaboración de bienes o prestación de servicios, que sin duda se transforman en una ayuda importante el bienestar progresivo de los beneficiarios y a la generación de ingresos para los programas de la Fundación y de los propios actores.

La **Terapia Ocupacional (T.O)** es, según la definición de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2001), *“el conjunto de técnicas, métodos y actuaciones que, a través de actividades aplicadas con fines terapéuticos, previene y mantiene la salud, favorece la restauración de la función, suple los déficit invalidantes y valora los supuestos comportamentales y su significación profunda para conseguir la mayor independencia y reinserción posible del individuo en todos sus aspectos: laboral, mental, físico y social”*

También la OMS recalca que *“En ocasiones la traducción literal del término Terapia Ocupacional, da pie a confundir la finalidad de ésta disciplina con la intención de tener ocupada o entretener a la persona. Por lo que es importante remarcar que el fin de la T.O es **conseguir la máxima funcionalidad** de la persona con algún tipo de limitación, ya sea física, cognitiva, conductual o una variedad de ellas, a través de la actividad con sentido y/o talleres terapéuticos con unos objetivos tanto generales como específicos”*.

4.2.1.3.Microempresas y terapia ocupacional en la Fundación

Para viabilizar la aplicación de los conceptos emitidos por la OMS y las propias normas técnicas naciones de la discapacidad, la Fundación ha logrado consolidar la gestión de tres microempresas : Artesanías, Reciclaje y la de Lavado y Secado de Ropa, que representan para el proceso de rehabilitación y mejoramiento de la calidad de vida del beneficiario , un verdadero modelo de atención personalizada, rehabilitación y sobre todo producción, de bienes y servicios que aún son comercializados con dificultad, pero que de alguna manera al venderlos, exhibirlos o donarlos sobre todos a visitantes, autoridades, amigos y voluntarios, generen efectos positivos y una imagen institucional favorable en pos de la construcción de un mercado social receptivo y generoso con lo que hacen las

personas que aparentemente dicen que no son útiles para la sociedad, con estas buenas prácticas empresariales, se está demostrando lo contrario desde la Fundación.

En esta área los beneficiarios realizan actividades productivas de acuerdo a una planificación semanal que se establece tomando en cuenta aspectos importantes de las fechas especiales en diferentes épocas del año como, que en términos de mercado se los conoce como “estacionalidades” que ocurren generalmente durante los meses de: febrero que se celebra San Valentín y carnaval, mes de mayo con día de la Madre, mes de junio con el día del padre y en diciembre con la navidad.

Otro aspecto es desarrollar actividades según la capacidad de cada beneficiario tomando como referencia el informe que remite la responsable del área de fisioterapia, con el cual se determina qué actividades pueden realizar cada beneficiario, dependiendo de las habilidades individuales y grupales así como la cantidad y el tiempo de elaboración de artesanías.

Para el desarrollo de la terapia ocupacional, la institución cuenta con un proveedor “Casa Contry” que facilita la materia prima pre elaborada en adornos e implementos de madera con diseños diferentes a las fechas célebres mencionadas y materiales de pintura, goma, pinceles, lijas y otros, además el proveedor trabaja de manera directa colaborando con diseños e ideas para fortalecer los acabados de las artesanías. El precio de estos materiales se pacta a convenir entre la Fundación y el proveedor dependiendo del tamaño de la materia prima pre elaborada y de los accesorios.

A pesar de la gran labor que se realiza, la institución determina el precio de cada artesanía de manera empírica, sumando el costo de la materia prima pre elaborado, los accesorios y un porcentaje de los materiales utilizados. El precio de las artesanías está valorado desde los 0,50 centavos hasta los 14 dólares, y están elaboradas a base de madera y en su mayoría de material reciclado.

La comercialización de las artesanías se realiza mediante, casas abiertas anuales donde la Fundación es el anfitrión de esta actividad informando a la comunidad el funcionamiento de las áreas, también es partícipe de ferias inclusivas y eventos organizados por el MIES, GAD e instituciones educativas de apoyo como la ESPOCH, siendo los impulsores de venta los beneficiarios. Además los productos se exhiben en la institución para que cualquier persona que acuda a las instalaciones pueda observar y adquirirlas.

Como antecedente de las ventas anteriores realizadas durante el año 2015 se encontró un ingreso de 1.259,63 dólares, mismo que se utilizó para la compra de materia prima y materiales para la elaboración, parte de las artesanías se destinó como regalo por agasajo a los padres de familia en el día de la madre y día del padre, así como donaciones a diferentes autoridades que visitan la Fundación.

En cuanto al área ocupacional se cuenta con dos espacios físicos, donde tienen mesas y sillas ergonómicas, para que los beneficiarios realicen sus actividades de manera cómoda y precisa. También se cuenta con escritorios para los profesionales, un anaquel metálico que se utiliza para guardar los útiles y materiales de trabajo, como; cuadernos, libros, revistas, rompecabezas, láminas de fómix y cartulinas, colores, lápices, esferos etc., que sirven además para el refuerzo pedagógico, otros materiales que se requiere para la elaboración de artesanías son; la madera considerada como materia prima pre elaborada, papel y botellas recicladas.

Y también se cuenta con una estantería permanente y abierta al público y padres de familia que visitan la institución, donde se exhiben todos los modelos de artesanías que se han elaborado como:

Artesanías en madera:

















- ✓ Cajas navideñas
- ✓ Cuadros navideños
- ✓ Servilletero
- ✓ Porta huevos
- ✓ Joyeros
- ✓ Porta retratos
- ✓ Caja de limpiar zapatos
- ✓ Porta cubiertos
- ✓ Paneras
- ✓ Banquitos
- ✓ Porta toallas
- ✓ Arbolito navideño

Artesanías con material reciclado:

- ✓ Bombillos
- ✓ Pulseras
- ✓ Libretas de papel reciclado
- ✓ Cajas de regalo
- ✓ Llaveros
- ✓ Bomboneras
- ✓ Apliques de refrigeradora
- ✓ Coronas navideñas
- ✓ Alcancías
- ✓ Carteras
- ✓ Copas
- ✓ Porta lapiceros
- ✓ Billeteras
- ✓ Porta chocolates

A continuación se describe el proceso para la elaboración de artesanías de madera y material reciclado, mediante un cursograma que detalla cada actividad y su impacto con la responsabilidad social.

Figura 10. Proceso de elaboración de artesanías en madera

N°	DETALLE DEL MÉTODO	ACTIVIDAD						TIEMPO	OBSERVACIÓN
									
1	Adquisición de la materia prima pre elaborada.								
2	Transporte de la materia prima al área de terapia ocupacional.								
3	Lijado.							5 días	Dependiendo de la cantidad de MP.
4	Pintado							5 días	
5	Decorado.							5 días	
6	Control de calidad.							1 día	
7	Etiquetado y empacado.							2 días	
8	Almacenado.							1 día	
	TOTAL	5	1	1	1	1		19	

Fuente: Fundación Protección y Descanso

Elaborado por: Ruth López

✓ **Reciclaje de papel**




















El reciclaje surge por la utilización constante de papel tanto para las actividades de la dirección como para las áreas de terapia ocupacional y refuerzo pedagógico, donde se hace uso del papel casi en todas las tareas. Se toma como iniciativa reutilizar el papel como práctica de las tareas pedagógicas y crear conciencia contribuyen al cuidado del medio ambiente a través del uso de las 3R de la responsabilidad social.

- ✓ **Reducir:** evitar todo lo que genera un desperdicio innecesario y disminuir o acortar el ritmo de consumo de papel.
- ✓ **Reutilizar:** sacar el máximo provecho es decir, volver a utilizar los mismos recursos, de esta forma se ahorra materia prima y se disminuye gastos.
- ✓ **Reciclar:** someter el material a un nuevo proceso para ser reutilizado como un producto nuevo que es un área en la cual se enfoca la institución. (CEDAF, 2011)

De esta manera no solo realizan actividades responsables, sino que aportan con una terapia más, para que los beneficiarios puedan hacer uso adecuado del papel y fortalecer su motricidad con la actividad de rasgado. Para esta tarea se cuenta con un área específica de reciclado donde se guarda una la maquinaria necesaria para el proceso de reciclado, como: 1 licuadora o triturador, 1 prensa, 9 bastidores y 1 recipiente metálico grande. Además de reciclar el papel también se recicla las botellas plásticas, esto también sirve como terapia para la identificación de colores y tamaños y formas, con este material se inicia el proceso de elaboración de adornos en copas de plástico.

El proceso de reciclado de papel empieza en el área ocupacional como una terapia de motricidad a través del rasgado del papel, mismo que se transporta al área de reciclaje donde es almacenado por semanas hasta conseguir una cantidad suficiente para continuar con procesar de reciclaje. Este proceso lo realiza los beneficiarios que han sido instruidos y que tienen la habilidad para manejar las máquinas siempre con la supervisión de un profesional que controla las actividades. El proceso de reciclaje y elaboración de artesanías con material reciclado se detalla a continuación mediante un cursograma:

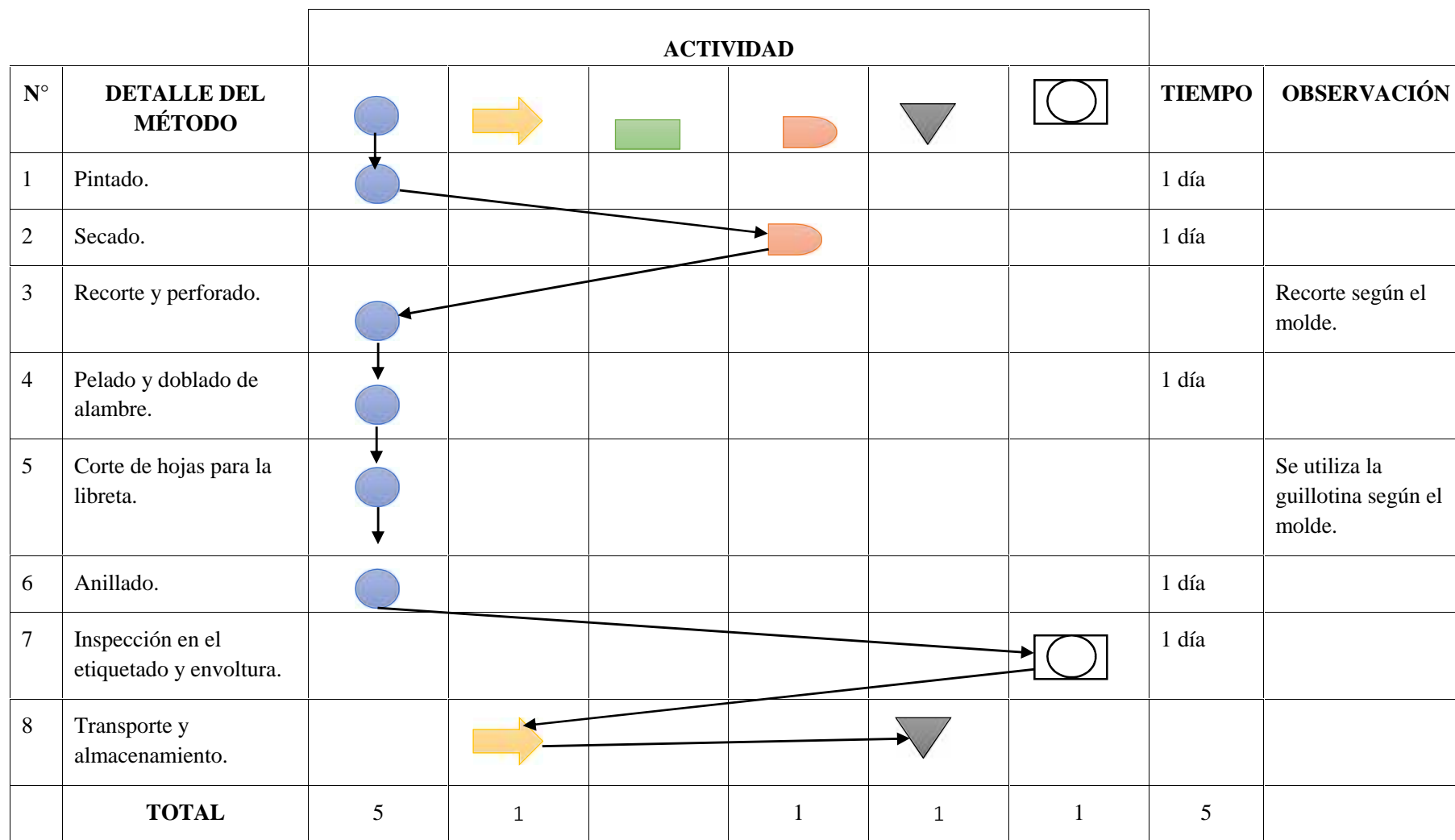
Figura 11. Proceso de reciclaje de papel

N°	DETALLE DEL MÉTODO	ACTIVIDAD						TIEMPO	OBSERVACIÓN
									
1	Rasgado de papel.	  							Se realiza como terapia ocupacional.
2	Pesado.	 							Media libra.
3	Licuada.							1 día	Se necesita de agua y pegamento. Conseguir una especie de masa.
4	Ubicación en bastidores y secado							1 día	Se estima una cantidad precisa.
5	Prensado e inspección.								
6	Secado.							1 día	
7	Recorte y almacenado.								Recortar las fallas.
	TOTAL	4			3	2	1	33	

Fuente: Fundación Protección y Descanso

Elaborado por: Ruth López

Figura 12. Proceso de elaboración de artesanías con material reciclado



Fuente: Fundación Protección y Descanso

Elaborado por: Ruth López

✓ **Tarea de lavado y secado**

El servicio de lavandería surgió de la necesidad de instruir a los beneficiarios como una terapia para distinguir tareas enseñándoles a clasificar la ropa por colores y luego el manejo adecuado de lavadoras y secadoras, con ello fortalecen sus habilidades con la finalidad que en el transcurso del tiempo realicen la misma tarea en sus hogares.















Para realizar esta tarea se necesitó enseñar diariamente a los beneficiarios que poseen las habilidades necesaria para el manejo adecuado de las máquinas, en la actualidad tres de los beneficiarios son encargados de realizar esta actividad bajo la supervisión de la profesional de terapia ocupacional, esta tarea se realiza por lo general los días jueves y viernes dependiendo de la cantidad de prendas que haya que entregar.

Como antecedentes de esta actividad se menciona que en el 2015 existió un ingreso de \$43,69 tomando de referencia del único registro manual mediante factura, el costo por kilogramo de prendas lavadas y secadas es de \$ 0,40. Por lo general el servicio de lavandería recibe edredones o prendas pesadas, donde la secretaria registra en la factura el nombre del propietario y cuantos kilogramos pesan las prendas, además del valor total a cobrar.

La institución tiene un área específica para realizar la tarea de lavado y secado, se cuenta con cuatro lavadoras manuales y cinco secadoras, de las cuales dos secadoras no están en funcionamiento, tienen además materiales necesarios de la lavandería; nueve canastas de plástico que se utiliza para clasificar las prendas por colores, una estantería metálica, cuatro cilindros de gas, aparte se encontró implementos de lavado como, detergente y suavizante. Estos implementos se adquieren de acuerdo a la planificación mensual donde se destina un presupuesto específicamente para el área de lavado y secado.

El proceso inicia cuando hay prendas que lavar y se realiza utilizando la balanza de terapia física para determinar su peso, dicho proceso se detalla a continuación:

Figura 13. Proceso lavado y secado

N°	DETALLE DEL MÉTODO	ACTIVIDAD						TIEMPO	OBSERVACIÓN
									
1	Pesado de prendas.								Registrar los kilogramos de las prendas.
2	Clasificación de prendas por colores.								Se clasifica por colores para evitar decoloración.
3	Transporte de prendas a las lavadoras.								
4	Lavado.								Se necesita agua, detergente y suavizante.
5	Secado.							1 día	
6	Doblado, enfundado y control de calidad.								
7	Almacenado y entregado.							1 día	
	TOTAL	4	1			1	1	2	

Fuente: Fundación Protección y Descanso

Elaborado por: Ruth López

✓ **Beneficios de la Terapia Ocupacional**

La ONG My Child Without Limits org, experta en el tema, señala algunas particularidades inherentes a los beneficios que representa la terapia ocupacional desarrollada como en el caso de la Fundación a través de las microempresas detalladas, beneficios como:

“El principal beneficio de la terapia ocupacional es dominar habilidades que ayudan a los beneficiarios a desarrollarse, recuperarse o mantener habilidades de la vida cotidiana. La meta de un terapeuta ocupacional es ayudar a los individuos a tener vidas independientes, productivas y satisfactorias”, aquello se va evidenciando en el comportamiento ocupacional de las Personas con Discapacidad intelectual que en la fundación van perfeccionando procesos en base al desarrollo de sus habilidades y destrezas, por ejemplo, para el lijado, pintado, acabados, etc., de los productos.

A través de la terapia ocupacional se puede medir el progreso de los beneficiarios, como al ver como mejoran las habilidades para lograr independencia para alimentarse, bañarse, vestirse y otras actividades de cuidado personal y además de la inter-colaboración de las actividades cotidianas de la fundación relacionadas en especial con el orden, la limpieza. La ONG referida, además recalca que los beneficios menos obvios de la terapia ocupacional pueden incluir:

- ✓ Crear intervenciones para ayudar al beneficiario a responder en forma adecuada a información que le llega a través de los sentidos. La intervención puede incluir actividades del desarrollo, integración sensorial o procesamiento sensorial y actividades lúdicas.
- ✓ Facilitar actividades lúdicas que eduquen además de ayudar beneficiario a interactuar y comunicarse con los demás.
- ✓ Identificar, desarrollar o adaptar la participación en actividades significativas que mejoren la calidad de vida del beneficiario para que cada vez y en lo posible deje la dependencia de una o varias personas en particular.
- ✓ Reducir barreras ambientales que limitan la participación del beneficiario en las actividades familiares, comunitarias e instructivas.
- ✓ Identificar dispositivos tecnológicos de apoyo necesarios.
- ✓ Preparar a la familia y beneficiario para cambios en roles y rutinas.

- ✓ Educar a la familia y al personal de la fundación sobre las diversas necesidades del beneficiario
- ✓ Mejorar el desarrollo de habilidades sociales y actividades recreativas en el ambiente de la Fundación y fuera de ella.
- ✓ Ayudar con la movilidad en la fundación, en casa o cualquier escenario mediante la recomendación de adaptaciones, acomodaciones y trabajo en equipo.

En la medida del avance del estudio, se van confirmando los detalles de cómo lo expuesto por My Child Without Limits .org, se traduce en resultados reales, medibles y acatables en el tiempo, que van siendo parte de la bitácora de vida de hombres y mujeres con discapacidad intelectual que pasan de lunes a viernes en un promedio de 8 horas diarias en la Fundación.

4.3.PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA LOS MICROEMPREDIMIENTOS DE LA FUNDACIÓN PROTECCIÓN Y DESCANSO

Introducción

Muchos sectores de la sociedad, siguen pensando que la atención y apoyo a las actividades productivas o de servicios con personas con diversas patologías de discapacidad física o intelectual, caen en el ámbito de la filantropía o de la caridad, mas no, en el amplio camino de la inclusión económico-social, de este importante grupos de seres humanos que requieren oportunidades y no ofrecimientos, pero aún demagogia oficial derramada a placer por autoridades locales so nacionales, que piensan que las palabras son sinónimo de compromiso, los hechos y realidades deben esperar.

Pero ante aquello surgen las opciones alternativas de quienes viven a diario la tragedia o la ternura de contar entre los miembros de sus familia, a este grupo de seres extraordinarios, quienes necesitan amor y capital semilla, para emprender con la guía de facilitadores, terapistas o los propios padres de familia, en actividades que son parte de su rehabilitación diaria y de muy largo plazo.

Es el caso de la Fundación Protección y Descanso, fundada por padres de familia de personas con discapacidad intelectual, que desarrolla su trabajo a través de los limitados recursos que da el estado a través del MIES de invalorable utilidad; de los recursos que ponen mensualmente los padres de familia que viven a diario el drama de lo que significa luchar para que sus hijos sean incluidos en la sociedad y los recursos que también limitados surgen de las actividades micro empresariales que son además parte de sus diría terapia física, sicopedagógica y ocupacional, sin estas actividades y la entrega de sus facilitadores, su permanencia en la fundación sería intrascendente.

Por tanto, es necesario ser creativos y originales, para desarrollar un plan comercial de las actividades productivas que hoy se realizan (artesanías y reciclajes) y de los servicios (fisioterapia y lavandería) que requieren ser también auto gestionados, para que no se detenga su proceso de autogestión para garantizar los procesos de rehabilitación, ya que al carecer de los ingresos por ventas para seguir trabajando, se podrá proveer a mercado local, regional, nacional e internacional los productos de una manera constante y no estacionaria, para que el resultado de dicho inimaginable esfuerzo sea el resultado de un comercio justo, donde participan tres actores fundamentales; a saber:

Los productores organizados alrededor de sus terapias ocupacionales y físicas sobre todo transformadas en microemprendimientos, en este caso los jóvenes y adultos que son los beneficiarios directos de la fundación.

El Intermediario-facilitador, es decir la Fundación que coloca los productos en un mercado distinto y con sentimientos relacionados con la inclusión (A pesara que este mercado ideal no es tan fácil encontrar de manera permanente), y,

Los consumidores responsables, es decir aquellas personas que al conocer a la fundación saben quiénes son los productores y con qué objetivos trabajan. Es decir aquellos productores que elaboran singulares productos y ofertan interesantes servicios, con un sobrehumano esfuerzo considerando su condición de e discapacidad. Por eso el consumidor sabrá al adquirirlos que pagan a la fundación para que utilice dicho recurso para que el proceso productivo que no debe paralizarse en virtud de que son necesarios los recursos que también deben generar excedentes que se distribuyen a aquellos seres inocentes que con un inimaginable amor hacen cosas lindas para gente desprejuiciada y abierta al apoyo solidario.

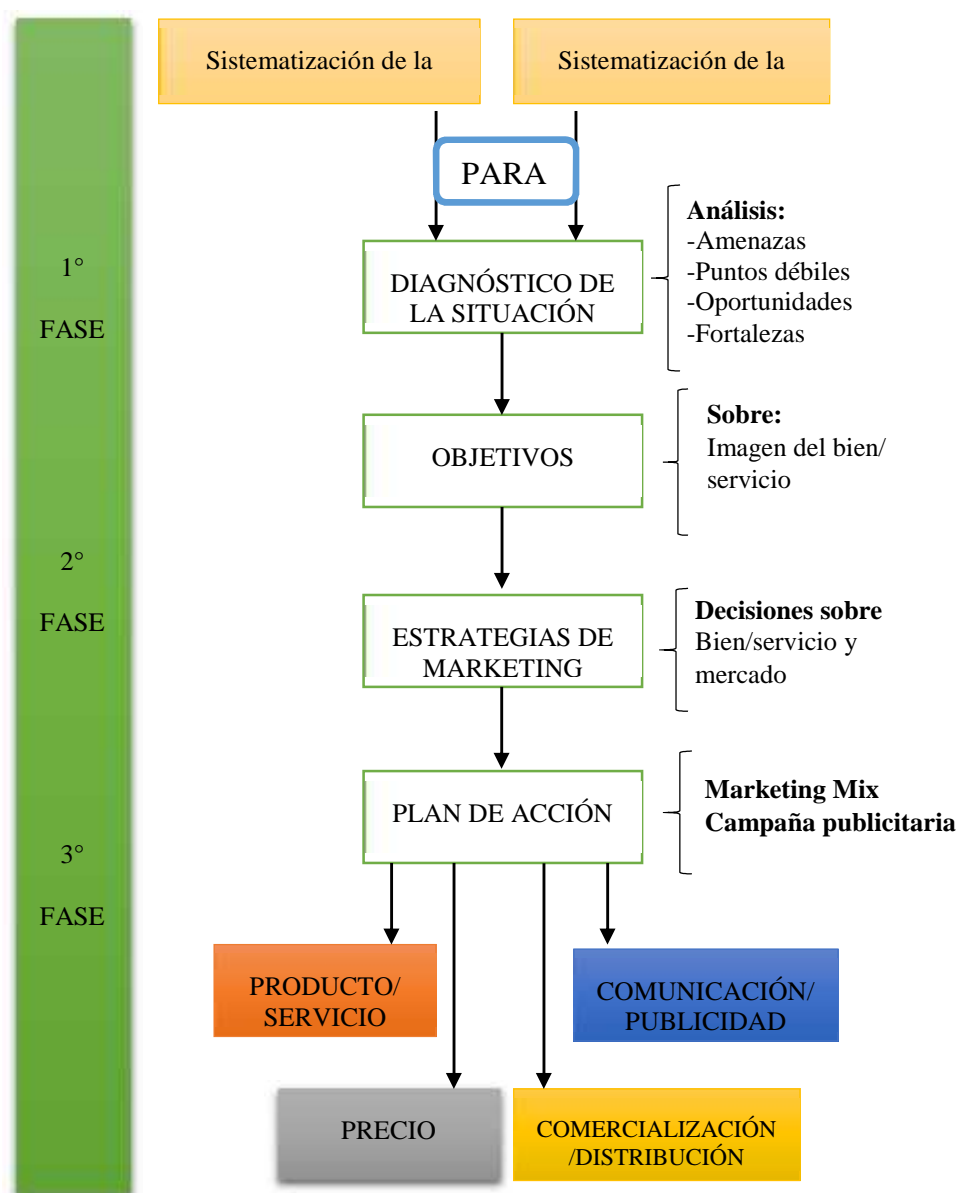
✓ **Desarrollo del plan comercial**

Es importante aclarar que el presente plan comercial que de ninguna manera ignora o sale de la metodología que usualmente se utiliza para asuntos similares en las micro, pequeñas, medianas o grandes empresas; sin embargo, tiene una particularidad, se trata de actividades que se originan en los diferentes actividades o componentes de la terapia ocupacional y que tienen programaciones de la producción relacionadas con el ritmo de trabajo intermitente característico y adaptado a las diferentes reacciones producto de las patologías de discapacidad de los beneficiarios.

Es decir son procesos intermitentes que requieren ante todo mucha paciencia de los facilitadores para lograr fabricar, reciclar, pintar, lijar y demás actividades que a la vez ayudan a que los beneficiarios vayan desarrollando destrezas relacionadas con los movimientos de las manos, de los pies, de la receptividad de lo que se podría denominar a manera de un símil con la empresa tradicional “orden de trabajo” u “orden de producción”, que en este caso es la terapia que requiere el beneficiario para ir alcanzando progresos diarios en su rehabilitación.

Por tanto el esquema a seguir para el caso de la fundación en que al plan comercial se refiere, es el siguiente:

Figura 14. Hilo Conductor: Plan comercial



Fuente: Plan Comercial

Elaborado por: Ruth López

✓ Sistematización de la información interna de la Fundación

Fundación protección y Descanso es una organización sin fines de y socialmente responsable, que trabaja en equipo e involucra a padres de familias, voluntarios y a otros actores en su cotidianidad y actividades, donde la experiencia ha ayudado mejorar las condiciones de vida de sus beneficiarios, con la utilización de terapias y en base a un

cultura basada en la comunicación para el cumplimiento de sus objetivos productivos y sociales.

Para ello se considera algunos aspectos tales como:

Aspecto económico-social: La institución funciona desde hace 14 años y ha venido trabajando en diversas áreas como una terapia para solventar los gastos que se producen en las actividades ocupacionales con el fin de no solo de dar oportunidad a las Personas con Discapacidad sino además de apoyar al esfuerzo que hacen al realizar dichas actividades.

Además del apoyo del gobierno a través del MIES, es importante recalcar el apoyo de las familias de los beneficiarios que si no fuera por su colaboración y amor por sus hijos el trabajo que se realizaría no tendría impacto en la sociedad y la consciencia social que se ha construido a lo largo del tiempo.

✓ **Sistematización de la información externa**

Para el análisis externo se ha considerado analizar la situación del mercado, del producto y servicio, la competencia y la distribución, considerando los datos de las fuentes primarias como las encuestas y la observación de cada uno de los micro-emprendimientos.

Situación del mercado: El mercado meta se encuentra ubicado en la provincia de Chimborazo cantón Riobamba. La adquisición de artesanías se convierte en un deseo por las personas sobre todo sabiendo de donde provienen o quienes lo elaboran, ya que si bien lo observan lo compran o tienen en mente para la próxima ocasión. Así mismo se conoce muy poco sobre los servicios de fisioterapia y lavandería que sabiendo el origen quienes realizan esta labor sin duda requieran del servicio a manera de apoyar al trabajo social y responsable.

En la ciudad se vende artesanías elaboradas con madera, cuero, lana que han sido transcendencia para la identidad de la cultura riobambeña, así mismo se encuentra varios servicios tanto de lavandería como fisioterapia que funcionan alrededor de la ciudad con el afán de brindar un servicio mejor al de la competencia.

Los principales compradores y consumidores pertenecen a la clase media, media alta y alta, económicamente activa, comprendidas entre los 20 a 50 años de edad.

Situación de la competencia: En la ciudad existen varias microempresas que elaboran artesanías pero en particular la Fundación Protección y Descanso es la única institución que trabaja en base a una terapia ocupacional para ofrecer artesanías y brindar atención de fisioterapia y servicio de lavandería, que trabajando con responsabilidad y en equipo con los profesionales y padres de familia han logrado incluir a sus hijos al ámbito social y laboral.

Figura 15. Análisis de la competencia

Producto o servicio	Nombre de la empresa	Precio
Artesanías en madera, bisutería y material reciclado.	Almacén Cocha En Orozco (al lado de Plaza Roja)	Varían desde los \$8 hasta los \$20
	Artesanías y Antigüedades Av. D. León Borja	Varían desde los \$10 hasta los \$30
Lavandería	Lavandería Francia y Ayacucho	\$ 0,50 ctvs., por kg
	Lavandería Carabobo y Venezuela	\$ 0,45 ctvs., por kilogramo
Fisioterapia	IESS	De \$6 a \$10
	Privado	De \$12 a 20\$

Fuente: Trabajo de Campo

4.3.1. Diagnóstico de la situación

Para el diagnóstico se realiza una matriz FODA que permita identificar en un cuadro la situación actual de los microemprendimientos de la fundación, permitiendo de esta manera obtener un información clara, concisa de las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades identificadas por cada área de estudio (fisioterapia, artesanías y lavandería), con el fin de tomar decisiones acordes con los objetivos formulados.

Figura 16. Matriz FODA

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento de los bienes y servicios por parte de los clientes. 2. Escases de publicidad de los microemprendimientos. 3. No tienen una estructura de costos para los microemprendimientos. 4. No tienen un sistema de registro adecuado de los bienes y servicios. 5. Equipos de fisioterapia y lavandería en mal estado. 6. Escasos de recursos económicos por el servicio de lavandería. 7. Existe un solo profesional para brindar el servicio de terapia física. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia en el mercado por la venta de los bienes y servicios similares. 2. Nuevos productos sustitutos. 3. Fin de convenios con el MIES. 4. Consumidores sin conciencia social.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Talento humano comprometido y capacitado constantemente. 2. Políticas estatales enfocadas a la labor social. 3. La institución trabaja bajo responsabilidad social. 4. Trabajo en equipo. 5. La institución se encuentra equipada para brindar bienes y servicios de calidad. 6. Practicantes de fisioterapia de la UNACH a medio tiempo. 7. Variedad de productos artesanales, servicios fisioterapéuticos y de lavandería. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Leyes y normativas que defienden derechos de las Personas con Discapacidad. 2. Programas y proyectos para apoyar la inserción laboral de Personas con Discapacidad. 3. Organismos de cooperación en apoyar ferias inclusivas. 4. Acceso masivo a internet por parte de la población. 5. Apoyo de medios de comunicación para difundir ideas de la Fundación sin costo.

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Ruth López

Figura 17. Matriz de Estrategias

	OPORTUNIDADES <ol style="list-style-type: none"> 1. Leyes y normativas que defienden derechos de las Personas con Discapacidad. 2. Programas y proyectos para apoyar la inserción laboral de Personas con Discapacidad. 3. Organismos de cooperación en apoyar ferias inclusivas. 4. Acceso masivo a internet por parte de la población. 5. Apoyo de medios de comunicación para difundir ideas de la Fundación sin costo. 	AMENAZAS <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia en el mercado por la venta de los bienes y servicios similares. 2. Nuevos productos sustitutos. 3. Fin de convenios con el MIES. 4. Consumidores sin conciencia social.
FORTALEZAS <ol style="list-style-type: none"> 1. Talento humano comprometido y capacitado constantemente. 2. Políticas estatales enfocadas a la labor social. 3. La institución trabaja bajo responsabilidad social. 4. Trabajo en equipo. 5. La institución se encuentra equipada para brindar bienes y servicios de calidad. 6. Practicantes de fisioterapia de la UNACH a medio tiempo. 7. Variedad de productos artesanales, servicios fisioterapéuticos y de lavandería. 	ESTRATEGIAS FO <ol style="list-style-type: none"> 1. Lograr mayor apoyo de la publicidad para promocionar los bienes y servicios. 2. Realizar ventas de los microemprendimientos a través de internet. 3. Utilizar los medios de comunicación radial para hablar sobre la inclusión laboral de Personas con Discapacidad. 4. Aprovechar al máximo la participación de los practicantes de fisioterapia de la UNACH. 	ESTRATEGIAS FA <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar la presentación de los bienes y servicios para diferenciar de las otras organizaciones. 2. Ofertar los productos artesanales a través de los programas de inclusión social.

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento de los bienes y servicios por parte de los clientes. 2. Escases de publicidad de los microemprendimientos. 3. No tienen una estructura de costos para los microemprendimientos. 4. No tienen un sistema de registro adecuado de los bienes y servicios. 5. Equipos de fisioterapia y lavandería en mal estado. 6. Escasos de recursos económicos por el servicio de lavandería. 7. Existe un solo profesional para brindar el servicio de terapia física. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar los bienes y servicios a través de una campaña publicitaria. 2. Realizar una estructura de costos para los microemprendimientos. 3. Sugerir un programa contable para el manejo adecuado de las artesanías, servicio de lavandería y fisioterapia. 4. Dar mantenimiento a los equipos de fisioterapia y máquinas de secar para brindar servicios de calidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar los bienes y servicios internos más competitivos. 2. Sugerir promociones para las artesanías servicio de lavandería y terapia física.

Fuente: Figura N° 16

Elaborado por: Ruth López

2.4.2.2.Evaluación de factores internos y externos

Para el análisis de las matrices de factores tanto internos como externos se consideró los siguientes indicadores:

El peso es un valor subjetivo analizado entre 0,0 y 1

Para una Fortaleza y Oportunidad mayor el indicador es 4

Para una Fortaleza y Oportunidad menor el indicador es 3

Para una Debilidad y Amenaza mayor el indicador es 2

Para una Debilidad y Amenaza menor el indicador es 1

✓ Matriz de evaluación de los factores internos

La matriz de evaluación de los factores internos es un instrumento para formular estrategias, que se resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

Calificar entre 1y 4	4	Fortaleza Mayor
	3	Fortaleza Menor
	2	Debilidad Mayor
	1	Debilidad Menor

Figura 18. Matriz EFI (Factores internos)

Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Debilidades	50%		
1. Desconocimiento de los bienes y servicios por parte de los clientes.	0,1	2	0,2
2. Escases de publicidad de los microemprendimientos.	0,1	2	0,2
3. No tienen una estructura de costos para los microemprendimientos.	0,1	2	0,2
4. No tienen un sistema de registro adecuado de los bienes y servicios.	0,05	1	0,05
5. Equipos de fisioterapia y lavandería en mal estado.	0,05	1	0,05
6. Escasos de recursos económicos por el servicio de lavandería.	0,05	1	0,05
Existe un solo profesional para brindar el servicio de terapia física	0,05	1	0,05
Fortalezas	50%		
1. Talento humano comprometido y capacitado constantemente.	0,05	3	0,15
2. Políticas estatales enfocadas a la labor social.	0,1	4	0,4
3. La institución trabaja bajo responsabilidad social.	0,1	4	0,4
4. Trabajo en equipo.	0,05	3	0,15
5. La institución se encuentra equipada para brindar bienes y servicios de calidad.	0,05	3	0,15
6. Practicantes de fisioterapia de la UNACH a medio tiempo.	0,05	3	0,15
7. Variedad de productos artesanales, servicios fisioterapéuticos y de lavandería.	0,1	4	0,4
Totales	100%		2,60

Fuente: Figura N° 17

Elaborado por: Ruth López

Conclusión:

El análisis a través de la matriz EFI arroja un resultado de una calificación de 2,60, esto quiere decir que la fundación está en condiciones adecuadas, donde los factores de fortalezas más importantes son: las políticas enfocadas en la labor social, trabajo bajo responsabilidad social y la variedad de productos artesanales, servicios fisioterapéuticos y de lavandería y donde los factores de debilidades más importantes son: desconocimiento de los bienes y servicios por parte de los clientes, escasas de publicidad de los microemprendimientos y no tienen una estructura de costos.

Cuando el índice total es mayor a 2,5 se considera que la empresa está en condiciones de afrontar el ambiente interno de manera adecuada, utilizando las fortalezas para enfrentar las debilidades.

✓ Matriz de evaluación de los factores externos

La matriz de evaluación de factores externos permite a las estrategias resumir y evaluar información económica, social, ambiental, política, tecnológica y competitiva.

Calificar entre 1 y 4	4	Oportunidad Mayor
	3	Oportunidad Menor
	2	Amenaza Mayor
	1	Amenaza Menor

Figura 19. Matriz EFE (Factores externos)

Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
AMENAZAS	35%		
1. Competencia en el mercado por la venta de los bienes y servicios similares.	0,15	4	0,6
2. Nuevos productos sustitutos.	0,05	2	0,1
3. Fin de convenios con el MIES.	0,05	2	0,1
4. Consumidores sin conciencia social.	0,1	3	0,3
OPORTUNIDADES	50%		
1. Leyes y normativas que defienden derechos de las Personas con Discapacidad.	0,1	3	0,3
2. Programas y proyectos para apoyar la inserción laboral de Personas con Discapacidad.	0,15	4	0,6
3. Organismos de cooperación en apoyar ferias inclusivas.	0,1	3	0,3
4. Acceso masivo a internet por parte de la población.	0,1	3	0,3
5. Apoyo de medios de comunicación para difundir ideas de la Fundación sin costo.	0,05	3	0,15
Totales	85%		2,75

Fuente: Figura N° 17

Elaborado por: Ruth López

Conclusión:

El análisis sectorial a través de la matriz EFI arroja un resultado de una calificación de 2,75 que quiere decir que la Fundación está en condiciones adecuadas, donde el factor de amenazas más importante es la competencia en el mercado por la venta de los bienes y servicios y donde el factor de oportunidad más importante es los programas y proyectos para apoyar la inserción laboral de Personas con Discapacidad.

Cuando el índice total es mayor a 2,5 se considera que la empresa está en condiciones de afrontar el entorno de manera adecuada, utilizando las oportunidades para afrontar las amenazas.

4.3.2 Plan de acción

El plan de acción está encaminado a definir estrategias adecuadas para afrontar las amenazas y debilidades que presenta la Fundación con el fin de insertar los microemprendimientos (artesanías, lavandería y fisioterapia) al mercado, considerando la competencia y las herramientas que se utilizan para la comercialización de los bienes y servicios.

Figura 20. Matriz de Plan de acción

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS	TÁCTICAS
Diseñar estrategias de comercialización con el fin de insertar la participación de las microempresas de la Fundación Protección y Descanso en el mercado.	Ampliar el mercado de los bienes y servicios que ofrece la Fundación.	Marketing mix con la participación de los beneficiarios y padres de familia de la Fundación.	<p>Producto: Sistema de control para Artesanías, Lavandería y Fisioterapia se pretende externalizar el servicio</p> <p>Precio: Diseñar una estructura de costos para las artesanías, lavandería y fisioterapia.</p> <p>Plaza/distribución: Canales de distribución largos: Ferias inclusivas, eventos festivos y stands de venta.</p> <p>Publicidad y Promoción: Artesanías: Elaboración de etiquetas adhesivas, creación de un catálogo.</p> <p>Lavandería: Diseño de fundas plásticas</p> <p>Fisioterapia: Servicio extra (masaje)</p>
	Atraer la atención de los clientes potenciales mediante el diseño de una campaña promocional que incentive la compra del bien o servicio.	Impulsar una campaña publicitaria para dar a conocer los bienes y servicios (artesanías, lavandería y fisioterapia) que ofrece la Fundación.	<p>Campaña Publicitaria</p> <p>Página web, redes sociales, radio, hojas volantes y tarjetas de presentación.</p>

Fuente: Figura N°14

Elaborado por: Ruth López

4.3.3. Objetivo general

Diseñar estrategias de comercialización con el fin de insertar la participación de las microempresas de la Fundación Protección y Descanso en el mercado.

Objetivo 1

Ampliar el mercado de los productos y servicios que ofrece la Fundación.

Estrategia 1

Marketing mix con la participación de los beneficiarios y padres de familia de la Fundación.

4.3.4. Estrategia del Marketing Mix

PRODUCTO

"Un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" (Stanton, 2013).

✓ Artesanías

La etimología de la palabra artesanía, deriva de las palabras latinas «artis-manus» que significa: arte con las manos. La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. (Moreno, 200).

La Fundación Protección y Descanso ofrece artesanías elaboradas en madera y con material reciclado, a través de la terapia ocupacional con el fin de alcanzar un nivel de inclusión laboral para Personas con Discapacidad. Entre las artesanías que se realizan están:

Adornos en madera: este tipo de artesanías se talla mediante un proceso de desgaste y pulido elaboradas a mano, entre algunos modelos que ofrece la institución están cajas, cuadros y adornos navideños, joyeros, porta retratos, implemento de cocina como servilleteros, porta cubiertos y paneras.

Material reciclado: se refiere al arte hecho a partir de residuos y objetos que comúnmente son considerados desechos y se utilizan para darles un reuso y hacer un producto nuevo, entre algunos que se elaboran tenemos: bisutería y libretas elaboradas con papel reciclado.



✓ Lavandería

Es un servicio que ocupa un espacio físico dentro de la Fundación, dónde se lleva a cabo el proceso de lavar, limpiar y secar prendas de vestir. Este servicio lo realizan Personas con Discapacidad aptos a utilizar máquinas con el fin de potenciar sus habilidades y que esta tarea lo realicen en su domicilio.



✓ **Fisioterapia**

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define a la fisioterapia como: *"la ciencia del tratamiento a través de: medios físicos, ejercicio terapéutico, masoterapia y electroterapia. Además, la Fisioterapia incluye la ejecución de pruebas eléctricas y manuales para determinar el valor de la afectación y fuerza muscular, pruebas para determinar las capacidades funcionales, la amplitud del movimiento articular y medidas de la capacidad vital, así como ayudas diagnósticas para el control de la evolución"*. (OMS, 2001)

Por su parte, la (Conferencia Mundial por la Fisioterapia, 2012) define a la Fisioterapia desde dos puntos de vista:

- ✓ Desde el aspecto relacional o externo, como “uno de los pilares básicos de la terapéutica de los que dispone la Medicina para curar, prevenir y readaptar a los pacientes; estos pilares están constituidos por la Farmacología, la Cirugía, la Psicoterapia y la Fisioterapia”.
- ✓ Desde el aspecto sustancial o interno, como “Arte y Ciencia del Tratamiento Físico, es decir, el conjunto de técnicas que mediante la aplicación de agentes físicos curan, previenen, recuperan y readaptan a los pacientes susceptibles de recibir tratamiento físico”.

En la Fundación los beneficiarios reciben atención física todos los días, se les realiza masajes, electro-estimulador, ejercicios activos entre otros, dependiendo de su patología.



Externalizar el servicio: Para este proceso se han investigado si la Fundación cuenta con los que equipos y maquinas pueden utilizarse para externalizar el servicio y brindar una atención de calidad. Dentro de los servicios que puede brindar son:

Rehabilitación termoterapia, esta terapia tiene una duración de 40 minutos y se trata en personas que padecen de lumbalgia, dorsalgia o dolor cervical, para el tratamiento se necesitan compresas, ultrasonido, laser y electro-estimulador.

Rehabilitación mecanoterapia, esta terapia se trata a las personas que han sufrido de una lesión, el tratamiento dura 40 minutos y se logra fortalecer los músculos y movilizar la parte afectada sobre todo para las piernas, para este tratamiento se necesita de barras, caminadora o bicicleta estática.

Rehabilitación física, esta terapia utilizan aquellas personas que han sufrido de alguna dolencia física en el cuerpo y se puede tratar con masajes, ejercicios u otras técnicas que defina el profesional.

Táctica para artesanías, lavandería y fisioterapia

Se sugiere implementar un sistema de control para registrar las entradas y salidas de los bienes y servicios de la Fundación con el fin de llevar una adecuada contabilidad y a fin de obtener información clara y precisa de los gastos y costos que provocan elaborar artesanías y brindar servicio de lavandería y fisioterapia.

Para lo cual se considera al programa Sico como una herramienta que permite controlar el manejo de los microemprendimientos a través de un solo programa que tiene algunos beneficios como manejar varios productos en el mismo sistema con una ventaja de gratuidad.

Programa Sico

El programa Sico contiene varios indicadores de manejo como Sico-Comercial que es apropiado para manejar varios negocios y registrar inventario de productos, clientes, ventas, compras y manejo de contabilidad en libros.

El sistema SICO – Comercial es un Software integral que le permitirá incrementar la productividad y controlar el negocio de manera adecuada. Está conformado por los siguientes módulos o áreas: <http://www.sicocolombia.com/index.html>

- | | | | |
|------------------|--|-------------------------|-------------------------------------|
| Código | 41214055 | Activar | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Razón Social | ALD'S S.A. | | |
| Nombre Comercial | ALD'S | | |
| Dirección | CALLE LOS ESTADOS 165 UPE - LAFIN | | |
| Municipio | LA FALGUTA | | |
| Teléfono | 041-4889 | | |
| Fax | 041-4777 | | |
| E-Mail | gerencia@operador.com | | |
| Página Web | www.operador.com | | |
| Tipo de Cliente | CATEGORIA 4* | | |
| Condición Pago | FACTURA A 30 DIAS | | |
| Límite de Precio | CREDITO | | |
| Vendedor | FABOLA ARNE BARRERA | | |
| Contacto | ROSA VILLA NUEVA (S/S) | | |
| Precedencia | <input type="checkbox"/> Nacional | Retención | <input type="checkbox"/> No |
| Inter. P.M.C. | <input checked="" type="checkbox"/> Si | Int. P.M.C. | 41214055* |
| Suspendido | <input type="checkbox"/> No | Controlar Línea Crédito | <input type="checkbox"/> No |
| Plan | C/ 120 REDESYS | | |

Código	Razón Social
20000140	ALEJANDRO OLIVERA S.A.
38761435	ALEJANDRO LIMA ALONSO C.A.
41814155	ALFA S.A.
36083138	ALEJANDRINA CORRIJANA
20700771	ALD'S S.A.C.
20100000	ALICE PATRON GUINERRE
30100235	ALICE PATRON GUINERRE
14000111	ALICE PATRON GUINERRE
30100235	ALFREDO GARCIA AMAL
20000151	ALFREDO PELAYO RODRIGUEZ
10000131	ALFREDO TRINIDAD S.A.
30000139	ALMA GARCIA
30081000	ALFONSO ARCE VILLALBA
10000170	ALFONSO ARCE VILLALBA
10000170	ALFONSO ARCE VILLALBA

Límite de Crédito	
Mercado Nacional	5 000.00
Merc. Extranjera	5 000.00

Parcelesón	
Aprobado	<input type="checkbox"/> No
Excepcional	<input checked="" type="checkbox"/> Si

- [illegible]

- ✓ **Ventas:** Facturación, Cuentas por cobrar, Control de Cobranzas, Ventas. Este módulo permite registrar información sobre la cantidad de ventas realizadas por día, semana, mes y años así como facturar todas las actividades de venta que se realiza por las artesanías y servicio de lavandería y fisioterapia.

- ✓ **Caja:** Libro Bancos, Pago proveedores, Caja, Caja Menor. Este módulo se identifica los saldos a los proveedores y sueldos para el talento humano de la institución, así mismo permite el manejo adecuado y actualizado de los movimientos de caja.

PRECIO

Para (Kotler, 2010) el precio es "*(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio*"

Táctica de los precios

Se debe establecer precios de cada producto y servicio que ofrece la institución para conocer los costos que se generan al utilizar materiales, maquinaria y equipos, así mismo identificar el costo de la mano de obra, ya que siendo Personas con Discapacidad se toma más tiempo en elaborar una tarea.

Considerando los precios de la competencia se procede a calcular el precio de venta de las artesanías, servicio de lavandería y fisioterapia. Para fijar los precios se toma en cuenta el grado de exclusividad, ya que lo que se busca es generar calidad en el diseño, proceso y servicio "Hecho a Mano con calidad" como valor agregado de la misma. Por esta razón es importante que el cliente sepa y se le demuestre que el precio que paga es compensado por la calidad del producto y el servicio personalizado que se presta.

✓ Artesanías

Artesanías en madera

Tabla 38. Precio de venta de artesanías en madera

ARTESANIAS	Unidad	Cantidad	Precio unitario
MATERIA PRIMA			
Casas Porta inciensos Pre-elaboradas	Unid	1	\$ 3,00
Total Materia Prima			\$ 3,00
MATERIALES			
Lijas	pliego	1	\$ 0,05
Pinceles	Unid	3	\$ 0,10
Envecejedor	MI	100	\$ 0,15
Pintura café/blanca	MI	100	\$ 0,80
Papel celofán	pliego	1	\$ 0,03
Cinta adhesiva	metro	1	\$ 0,04
Laca	MI	100	\$ 0,25
Periódico	pliegos	2	\$ 0,03
Palillos	unid	4	\$ 0,01
Etiquetas adhesivos	unid	6	\$ 0,05
Papel celofán	funda	1	\$ 0,03
Total Materiales			\$ 1,54
COSTOS FIJOS			
Agua	m cúbicos	1	\$ 0,05
Energía	kW/h	2	\$ 0,03
Teléfono		1	\$ 0,03
Arriendo	Mensual	1	\$ 0,60
Total costos fijos			\$ 0,71
TOTAL			\$ 5,25
Margen de Contribución		50%	\$ 2,63
Precio de Venta Unitario			\$ 7,88

Elaborado por: Ruth López

Conclusión: Se determina que el precio de venta por unidad es de \$7,88, es decir de \$8 por cada artesanía en madera con un margen de contribución del 50%, en este caso para los “Porta inciensos”. La estructura para determinar el precio de venta por cada artesanía sirve como base para todas las artesanías elaboradas en madera, solo se cambiaría el costo de la materia prima pre-elaborada.

Artesanías con material reciclado

En el caso de las artesanías elaboradas con material reciclado se detalla a continuación:

Tabla 39. Depreciación de maquinas para artesanías

Maquinas	Cantida d	Valor unitari o	Valor total	Vida útil años	Depreciació n anual	Depreciació n mensual	Depreciació n diaria
Prensa	1	340	340	10	34	2,83	0,09
Licuada	1	220	220	10	22	1,83	0,06
Bastidores	9	4	36	10	3,6	0,30	0,01
TOTAL	11	564	596	30	59,6	4,97	0,17

Fuente: Fundación Protección y Descanso

Elaborado por: Ruth López

Tabla 40. Precio de venta de artesanías con material reciclado (libretas)

ARTESANIAS	Unidad	Cantidad	Precio unitario
MATERIA PRIMA			
Papel reciclado	unid	1	\$ 0,25
Total Materia Prima			\$ 0,25
MATERIALES			
Alambre	m	1	\$ 0,15
Hojas	paquete	1	\$ 0,05
Servilletas	paquete	1	\$ 0,25
Pintura	MI	100	\$ 0,50
Silicón	unid	1	\$ 0,05
Goma	MI	100	\$ 0,20
Laca	MI	200	\$ 0,25
Mullos	paquete	1	\$ 0,01
Etiquetas adhesivos	unid	1	\$ 0,05
Papel celofán	Pliego	1	\$ 0,03
Total Materiales			\$ 1,54
COSTOS FIJOS			
Agua	mt cúbicos	1	\$ 0,05
Energía	kW/h	2	\$ 0,03
Teléfono		1	\$ 0,03
Arriendo	mensual	1	\$ 0,60
Total costos fijos			\$ 0,71
DEPRECIACIÓN			
Maquinaria			\$ 0,17
Total Depreciación			\$ 0,17
TOTAL			\$ 2,67
Margen de Contribución		50%	\$ 1,34
Precio de Venta Unitario			\$ 4,01

Elaborado por: Ruth López

Conclusión: Se determina que el precio de venta por unidad es de \$4,01, es decir de \$4 por cada artesanía con material reciclado “Libretas”.

✓ **Lavandería**

Tabla 41. Depreciación de máquinas para lavandería

Maquinas	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil años	Depreciación anual	Depreciación mensual	Depreciación diaria
Lavadoras	4	850	3400	10	340	28,33	0,94
Secadoras	5	600	3000	10	300	25,00	0,83
TOTAL					640	53,33	1,78

Fuente: Fundación Protección y Descanso

Elaborado por: Ruth López

Variables	Ecuación
Costo por hora de las 4 lavadoras	$0,94/3\text{horas}=0,31$
Costo por hora de las 5 secadoras	$0,83/3\text{horas}=0,27$

Tabla 42. Precio de venta por kilogramo

LAVANDERÍA	Unidad	Cantidad	Precio
MATERIALES			
Detergente	Kg	100	\$ 0,10
Suavizante	MI	50	\$ 0,05
Cloro	MI	25	\$ 0,04
Fundas plásticas	paquete	1	\$ 0,01
Total Materiales			\$ 0,20
COSTOS FIJOS			
Agua	m cúbicos		\$ 0,07
Energía	kW/h		\$ 0,03
Teléfono			\$ 0,01
Arriendo			\$ 0,03
Gas			\$ 0,02
Total costos fijos			\$ 0,15
DEPRECIACIÓN			
Lavadora			\$ 0,01
Secadora			\$ 0,01
Total Depreciación			\$ 0,02
Costo por Kg			\$ 0,37
Utilidad			\$ 0,08
Precio por Kg			\$ 0,45

Elaborado por: Ruth López

Conclusión: Se determina que el precio por kilogramo es de 0,45 centavos, mismo que es competitivo frente al mercado.

✓ **Fisioterapia**

Tabla 43. Depreciación de equipos de fisioterapia

Equipos	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil años	Depreciac. anual	Depreciac. mensual	Depreciac. Diaria
Electro-estimulador	1	\$ 2.750	\$ 2.750	\$ 10	\$ 275,00	\$ 22,92	\$ 0,76
Magnetoterapia	1	\$ 2.100	\$ 2.100	\$ 10	\$ 210,00	\$ 17,50	\$ 0,58
Sistema de laser terapia pantalla	1	\$ 260	\$ 260	\$ 10	\$ 26,00	\$ 2,17	\$ 0,07
Tanques de parafina	2	\$ 230	\$ 460	\$ 10	\$ 46,00	\$ 3,83	\$ 0,13
Ultrasonido	1	\$ 1.550	\$ 1.550	\$ 10	\$ 155,00	\$ 12,92	\$ 0,43
Caminadora	1	\$ 1.750	\$ 1.750	\$ 10	\$ 175,00	\$ 14,58	\$ 0,49
Balanza digital	1	\$ 150	\$ 150	\$ 10	\$ 15,00	\$ 1,25	\$ 0,04
Compresa	1	\$ 288	\$ 288	\$ 10	\$ 28,80	\$ 2,40	\$ 0,08
Nebulizador	1	\$ 45	\$ 45	\$ 10	\$ 4,50	\$ 0,38	\$ 0,01
Bicicleta estática	1	\$ 309	\$ 309	\$ 10	\$ 30,90	\$ 2,58	\$ 0,09
Calefactor	2	\$ 63	\$ 125	\$ 10	\$ 12,50	\$ 1,04	\$ 0,03
Tensiómetro	1	\$ 21	\$ 21	\$ 10	\$ 2,05	\$ 0,17	\$ 0,01
Estetoscopio	1	\$ 18	\$ 18	\$ 10	\$ 1,85	\$ 0,15	\$ 0,01
Mesa de Kan Abel	1	\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 10	\$ 160,00	\$ 13,33	\$ 0,44
Mancuernas	5	\$ 165	\$ 825	\$ 10	\$ 82,50	\$ 6,88	\$ 0,23
Andadores	3	\$ 50	\$ 150	\$ 10	\$ 15,00	\$ 1,25	\$ 0,04
Rueda de hombro	1	\$ 249	\$ 249	\$ 10	\$ 24,90	\$ 2,08	\$ 0,07
Escalera para dedos	1	\$ 150	\$ 150	\$ 10	\$ 15,00	\$ 1,25	\$ 0,04
Masajeador	1	\$ 28	\$ 28	\$ 10	\$ 2,80	\$ 0,23	\$ 0,01
Paralela	1	\$ 100	\$ 100	\$ 10	\$ 10,00	\$ 0,83	\$ 0,03
Escaleras	2	\$ 80	\$ 160	\$ 10	\$ 16,00	\$ 1,33	\$ 0,04
Camillas	3	\$ 130	\$ 390	\$ 10	\$ 39,00	\$ 3,25	\$ 0,11
Colchonetas	1	\$ 29	\$ 29	\$ 10	\$ 2,85	\$ 0,24	\$ 0,01
Balón de Bo Bath	1	\$ 14	\$ 14	\$ 10	\$ 1,40	\$ 0,12	\$ -
TOTAL DEPRECIACION EQUIPOS							\$ 3,76

Fuente: Fundación Protección y Descanso

Elaborado por: Ruth López

Tabla 44. Precio del servicio de masaje profesional

FISIOTERAPIA	Precio Unitario
MANO DE OBRA	
Costo de masaje profesional	\$ 5,00
Total mano de obra	\$ 5,00
MATERIALES	
Aceites	\$ 0,25
Total materiales	\$ 0,25
Costo del servicio de masaje profesional	\$ 5,25
Utilidad	\$ 1,75
Precio por el servicio de masaje	\$ 7,00

Elaborado por: Ruth López

Conclusión: para efecto del servicio de masaje profesional se estima un precio de \$7,00 por el tratamiento, con una duración aproximada de 30 minutos.

Tabla 45. Precio por servicio rehabilitación termoterapia

FISIOTERAPIA	Precio Unitario
MANO DE OBRA	
Profesional Fisioterapista (Masaje)	\$ 5,00
Total mano de obra	\$ 5,00
MATERIALES	
Aceites	\$ 0,25
Total materiales	\$ 0,25
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS	
Electro-estimulador	\$ 0,76
Ultrasonido	\$ 0,43
Magno terapia	\$ 0,58
Total depreciación de equipos	\$ 1,77
COSTOS FIJOS	
Agua	\$ 0,07
Energía	\$ 0,03
Teléfono	\$ 0,01
Arriendo	\$ 0,03
Total costos fijos	\$ 0,14
Costo por servicio	\$ 7,16
Utilidad	\$ 1,84
Precio por el servicio de termoterapia	\$ 9,00

Elaborado por: Ruth López

Conclusión: se determina que la Fundación puede brindar el servicio de termoterapia a un precio \$9,00 por el tratamiento.

Tabla 46. Precio por servicio rehabilitación mecanoterapia

FISIOTERAPIA	Precio Unitario
MANO DE OBRA	
Profesional Fisioterapista (Masaje)	\$ 5,00
Total mano de obra	\$ 5,00
MATERIALES	
Aceites	\$ 0,25
Total materiales	\$ 0,25
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS	
Caminadora	\$ 0,49
Escaleras	\$ 0,04
Bicicleta estática	\$ 0,58
Total depreciación de equipos	\$ 1,11
COSTOS FIJOS	
Agua	\$ 0,07
Energía	\$ 0,03
Teléfono	\$ 0,01
Arriendo	\$ 0,03
Total costos fijos	\$ 0,14
Costo por servicio	\$ 6,50
Utilidad	\$ 1,50
Precio por el servicio de mecanoterapia	\$ 8,00

Elaborado por: Ruth López

Conclusión: Para efecto de la propuesta se determina que el tratamiento de mecanoterapia que puede brindar la institución a la sociedad se estima en \$8,00.

PLAZA/DISTRIBUCIÓN

“La distribución comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta” (Jack, 2000)

Táctica

Para la distribución de artesanías, servicio de fisioterapia y lavandería se utiliza el canal de distribución directo. Según (César, 2007) *“Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario”*

Para lo cual es necesario capacitar de manera permanente tanto a los beneficiarios como a los padres de familia con el fin de desarrollar una cultura emprendedora y por ende motivar a que sus hijos sean participantes directos de sus propios emprendimientos como vendedores responsables y sean aceptados en la sociedad.

Gráfico 35. Canal de distribución directa



Elaborado por: Ruth López

✓ Participación en ferias inclusivas

Las ferias inclusivas son una herramienta que facilita el acceso a la inclusión laboral de Personas con Discapacidad al mercado público como proveedores de bienes y servicios, mediante un procedimiento, priorizando la participación y equidad de género. Estas ferias representan el principal mecanismo, ya que se ejecutan a través de los proyectos de

instituciones públicas, con un mecanismo diferente al de producir, vender y comprar, sino más bien el de informar el proceso de trabajo que realizan los beneficiarios. La aplicación de estrategias y herramientas para lograr un acceso más equitativo se realiza mediante el mejoramiento de las capacidades y la reducción de los niveles de exclusión e inequidad, incorporando a los beneficiarios al sector micro empresarial y al mercado justo. La Fundación Protección y Descanso participa en las ferias que organiza el GAD de Riobamba conjunto con el MIES, lugar donde se exhibe todo tipo de artesanías para vender y con ello obtener algún beneficio para adquirir material con que se vuelve a trabajar en el área ocupacional.

✓ **Eventos festivos**

Las festividades representan una pieza fundamental en cultura ya que han marcado transcendencia en celebrar fechas importantes para la provincia y la ciudad donde no solo participan artistas, autoridades en los diferentes desfiles y programas sino que también hace importante presentar concursos, casas abiertas, ferias de exposición y aspectos sociales para incluir en el programa de fiestas a proyectos relacionados con la participación de talentos y habilidades que poseen las personas e instituciones como la Fundación Protección y Descanso, para que los beneficiarios disfruten de este tipo de eventos mostrando las actividades que realizan en mejoramiento de su diario vivir.

Las festividades son importantes ya que la mayoría de las personas asisten a los eventos públicos donde se aprovecha al máximo la participación para hacer llegar la información de manera directa a la comunidad riobambeña con el fin de que conozcan el funcionamiento de la Fundación y sean partícipes del apoyo a la inclusión social y laboral de Personas con Discapacidad.

✓ **Stands de exhibición**

Un stand permite captar la atención del visitante para conocer los productos que se exhiben, para lo cual se plantea a la fundación implementar un stand exclusivamente para exhibir todas las artesanías de madera ordenada acorde al material utilizado, precio y tamaño, los productos se ubicarían en la misma institución con el fin de mostrarlos a todos los visitantes e interesados en las actividades que realizan los beneficiarios. Además el stand permite informar el proceso de elaboración y la forma de cómo llegar al cliente para que el bien que va a adquirir sea recompensado como apoyo al trabajo digno, responsable y en equipo.

Las personas que intervendrían en el proceso de comercialización de los productos artesanales serían las Personas con Discapacidad, padres de familia y un profesional exclusivo que esté al cuidado de los beneficiarios y el manejo adecuado de la actividad comercial. El profesional debe conocer y ser parte del equipo de trabajo de la institución para que maneje todas las actividades de compra y venta, con el fin de obtener información contable al finalizar el periodo en meses y años.

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

"Los distintos métodos que utilizan las compañías para promover sus productos o servicios" (Sussman, 2013).

✓ Artesanías

Se pretende captar la atención de los visitantes para que se conviertan en compradores activos y no en simple espectadores de lo que se produce en la institución, para ello se plantea dos aspectos: un catálogo de productos artesanales y diseño de etiquetas

Diseño del catálogo de los artesanías

El catálogo de venta de los productos permitirá que el cliente escoja el tipo de artesanía que desea comprar o solicitar un pedido, dicho catálogo tiene como fin informar sobre las actividades que realizan los beneficiarios de la Fundación con el fin de incluirlos en el ámbito social y laboral.

Gráfico 36. Diseño del catálogo de los artesanías



INTRODUCCIÓN

Los seres humanos somos diferentes, bajo este paradigma, la inclusión permite ampliar los campos de acción y pasar de la discapacidad a la diversidad, la equidad y justicia social y laboral.

Creamos oportunidades equitativas, estrategias de apoyo mutuo, mediante un sistema de aprendizaje cooperativo para las Personas con discapacidad a obtener una mejor calidad de vida basada en la igualdad de oportunidades.

Terapia Ocupacional

La función asistencial de la Fundación Protección y Descanso consiste en proporcionar servicios de terapia ocupacional y a través de ello fortalecer las habilidades de los beneficiarios elaborando artesanías de calidad que con su esfuerzo han logrado crear una oportunidad de inclusión laboral.

La Fundación ofrece artesanías a base de madera y material reciclado.

Artesanías en Madera

Cuadro Navideño Grande



PVP 35,50

Artesanías en Madera

Cuadro Navideño Pequeño



PVP 15,50

Artesanías en Madera

Porta Retrato



PVP 35,40

Artesanías en Madera

Fajero



PVP 33,50

Artesanías en Madera

Expónoro



PVP 34,50

Artesanías en Madera para la Cocina

Puerta Decorativa



PVP 23,00

Artesanías en Madera para la Cocina

Fuente Decorativa



PVP 28,00

Artesanías en Madera para la Cocina

Puerta Decorativa



PVP 35,00

Artesanías en Madera para la Cocina

Navidad Decorativa



PVP 22,00

Artesanías en Madera para la Cocina

Navidad Decorativa



PVP 31,50

Artesanías con Material Reciclado

Billetera



PVP 21,00

Artesanías con Material Reciclado

Billetera Decorativa



PVP 22,00

**Artesanías con
Material Reciclado**

Cajado Bembé



PVP 52,00

**Artesanías con
Material Reciclado**

Edo de Doqado
Papel Recic



PVP 51,50

**Artesanías con
Material Reciclado**

Copa



PVP 52,00

**Artesanías con
Material Reciclado**

Libreta Grande



PVP 53,00

**Artesanías con
Material Reciclado**

Libreta mediana



PVP 52,00

**Artesanías con
Material Reciclado**

Libreta Pequeña



PVP 51,50

**Artesanías con
Material Reciclado**

Llavero de Eucalipto



PVP 51,00

**Artesanías con
Material Reciclado**

Llavero Sombrero



PVP 51,00



FUNDACIÓN PROTECCIÓN Y DESCANSO



Diseño de etiquetas para las artesanías

El propósito de la etiqueta es para que cada artesanía tenga su distinción y al momento que el cliente adquiera su producto tenga el detalle de saber quiénes son los que elaboran las artesanías, este diseño será impresa en papel adhesivo para facilitar el proceso de etiquetado en cada producto.

Gráfico 37. Etiqueta para las artesanías



Elaborado por: Ruth López

✓ **Lavandería**

Se pretende atraer la atención del cliente con un diseño de fundas plásticas para ubicar las pendas, con el fin de diferenciar el servicio de la competencia y brindar una atención de calidad basadas en la responsabilidad y apoyo a la inclusión de Personas con Discapacidad.

Diseño de fundas plásticas

Se diseñará fundas plásticas de color blanco con el sello y datos informativos de la institución para enfundar las prendas de vestir, con el fin que los clientes identifiquen y más personas conozcan a través de la marca y la calidad del servicio.

Gráfico 38. Diseño de fundas plásticas para lavandería



Elaborado por: Ruth López

✓ **Fisioterapia**

Para crear una diferenciación se pretende brindar a los usuarios un servicio de calidad, confianza y calidez para que el paciente se sienta a gusto con el tratamiento y ofrecer un servicio adicional totalmente gratuito con el fin de promocionar el servicio.

Servicio extra (masaje)

Se propone que la Fundación a través del profesional terapeuta brinde un masaje extra de 5 minutos por cada sesión de terapia completa sin ningún costo adicional, con el fin de promocionar y vender el servicio y que el cliente se sienta a gusto con la atención brindada y más personas acudan a la institución a requerir el servicio.

Objetivo 2

Atraer la atención de los clientes potenciales mediante el diseño de una campaña promocional que incentive la compra del producto o servicio.

Estrategia 2

Impulsar una campaña publicitaria para dar a conocer los bienes y servicios (artesanías, lavandería y fisioterapia) que ofrece la Fundación.

4.3.5. Campaña publicitaria

Una de las falencias detectadas en el trabajo de investigación de campo es la falta de publicidad y promoción de los bienes y servicios para mejorar la comercialización, en gran parte no hacen uso de medio alguno para publicitar y promocionar sus artesanías, servicio de lavandería y fisioterapia, existe un reducido número que acude a la ferias inclusivas y otros apelan a que alguien pase la voz; además se considera a la publicidad como una inversión y no como un gasto ya que puede ser recuperada con el transcurso del tiempo; por eso se hace urgente diversificar la publicidad en medios para captar la atención de posibles clientes con la implementación de página web, red social y material publicitario. Para lo cual se ha tomado como nombre de los microemprendimientos “Manitas Productivas”, dicha denominación hace referencia a la labor que realizan todos los miembros de la Fundación.

✓ Creación de una página web

Las ventas por internet es una estrategia de promoción que se utilizará de forma permanente para facilitar e economizar costos de publicidad, esta herramienta permite que la sociedad conozca y se informe sobre las actividades de la institución. La página web propuesta es creada en el sitio web gratuito conocido como Jimdo.com, esta página servirá como una fuente de información directa dirigida a todo aquel que visite la institución a través de: <http://fundacionproteccionydescanso.jimdo.com/>

En la página se describe el tipo de artesanías que elaboran las Personas con Discapacidad de la Fundación Protección y Descanso, así como el servicio de lavandería y fisioterapia.

Gráfico 39. Págin web de la Fundación Protección y Descanso



Elaborado por: Ruth López

✓ Redes sociales

Las redes sociales en la actualidad son consideradas una estrategia de venta directa y rápida ya que no genera costos en implementar, para ello solo se requiere de información necesaria para publicar la actividad que general elaborar los bienes y servicios de la Fundación. Con la implementación de redes sociales para la actividad comercial en un mercado social inclusivo, se pretende llamar la atención del visitante e informar de cómo estas personas pueden hacer tareas que comúnmente para muchos resulta no importante y así muchas personas puedan contribuir al trabajo social e inclusión laboral. La

denominación en redes sociales Facebook es Mercado social inclusivo “Manitas Productivas”

Gráfico 40. Redes sociales de la Fundación Protección y Descanso



Elaborado por: Ruth López

✓ Radio

La radio es un medio de comunicación donde muchas personas optan por escuchar, por lo tanto se ha considerado importante informar a la ciudadanía riobambeña sobre los bienes y servicios de la Fundación, como una terapia ocupacional para fomentar el apoyo a la inclusión laboral, este medio se difundirá una vez a la semana durante la entrevista que tiene la institución para hablar sobre temas de discapacidad.

Figura 21. Programa de publicidad en radio

Objetivo	Medio	Audiencia	Destino	Cobertura	Paquete
Llegar a captar la atención del mayor número de oyentes, para despertar el interés y así asistan a las ferias inclusivas o se dirijan a la Fundación.	Radio Mundial	Hombres y Mujeres de entre 20 a 50 años	Empresarios, empleados y público en general.	Cantón Riobamba	1 vez a la semana.

Elaborado por: Ruth López

✓ **Diseño de material publicitario**

Tarjetas de presentación

Se considera importante el diseño de una tarjeta de presentación exclusivo para la actividad comercial de artesanías y servicio de lavandería y fisioterapia. El objetivo de entregar estas tarjetas es para que las personas interesadas que adquieran o utilicen alguno de los bienes y servicios puedan localizar y comunicarse con la institución por el medio que le resulte más fácil, como llamar por teléfono o visitar las páginas de la Fundación por internet, logrado la comodidad del cliente.

Gráfico 41. Tarjeta de presentación



Elaborado por: Ruth López

Hojas volantes

Se diseñará un modelo de volante para entregar personalmente a las personas con la finalidad de informar sobre los bienes y servicios de la institución, de manera que la persona que lo reciba pueda guardar, generando en lo posterior utilizar el servicio o visitar la página web de la Fundación. Para ejecutar esta actividad se necesitaría la predisposición de dos o más practicantes para obtener resultados a corto plazo.

Gráfico 42. Hoja volante



Elaborado por: Ruth López

4.3.6. Presupuestos y proyecciones

4.3.6.1. Presupuesto del Plan Comercial

El presupuesto se describe a continuación, detallando cada elemento de comunicación que se va a utilizar:

Figura 22. Presupuesto del plan comercial

Medio de comunicación	Cantidad	Totales
Publicidad		
Impresión de catálogos de artesanías	500	\$1.500,00
Etiquetas adhesivas	1000	\$50,00
Fundas plásticas para lavandería	1000	\$60,00
Campaña Publicitaria		
Tarjetas de presentación	1000	\$50,00
Hojas volantes	1000	\$50,00
TOTAL		\$1.710,00

Fuente: Figura N°20

Elaborado por: Ruth López

4.3.6.2. Proyecciones

Para la proyección de las ventas anuales de artesanías y servicio de lavandería y fisioterapia se calcula con la tasa de inflación según el INEC que es del 3,6%.

1.- Artesanías

La elaboración de artesanías se enfoca en la terapia ocupacional para desarrollar las habilidades y destrezas de los jóvenes y adultos con discapacidad, para ello los beneficiarios elaboran un promedio mensual de 5 y 4 artesanías en madera y material reciclado, lo cual se estima que se lograría incrementar las unidades a producir a 1 artesanía cada mes, considerando las estrategias comercialización que se sugiere en el

trabajo, con el fin de aumentar la productividad y por ende las utilidades a futuro. Para lo cual se calcula las ventas proyectadas en unidades y costos, mismas que sirven para determinar la utilidad mensual y anual, así como también la proyección de las utilidades y conocer el crecimiento de los microemprendimientos en los próximos años.

Tabla 47. Proyección de ventas en unidades (artesanías)

Producto	Precio	Cantidad estimada mensual	Total en un mes	Total en un año
Porta retratos	\$ 5,00	6	\$ 30,00	\$ 360,00
Joyero	\$ 3,50	6	\$ 21,00	\$ 252,00
Lapicero	\$ 4,50	6	\$ 27,00	\$ 324,00
Porta inciensos	\$ 8,00	6	\$ 48,00	\$ 576,00
Porta cubiertos	\$ 9,00	6	\$ 54,00	\$ 648,00
Servilletero grande	\$ 3,50	6	\$ 21,00	\$ 252,00
Servilletero pequeño	\$ 1,50	6	\$ 9,00	\$ 108,00
Panera	\$ 9,00	6	\$ 54,00	\$ 648,00
Adornos navideños	\$ 1,00	6	\$ 6,00	\$ 72,00
Billetera	\$ 1,00	5	\$ 5,00	\$ 60,00
Bombonera	\$ 2,00	5	\$ 10,00	\$ 120,00
Caja de regalo	\$ 2,00	5	\$ 10,00	\$ 120,00
Caja de regalo Papa Noel	\$ 1,50	5	\$ 7,50	\$ 90,00
Libreta	\$ 4,00	5	\$ 20,00	\$ 240,00
Llavero	\$ 1,00	5	\$ 5,00	\$ 60,00
Bombillo de funda	\$ 2,50	5	\$ 12,50	\$ 150,00
Bombillo de mullos	\$ 2,50	5	\$ 12,50	\$ 150,00
Total			\$ 352,50	\$ 4.230,00

Elaborado por: Ruth López

Tabla 48. Proyección de ventas en costos (artesanías)

Producto	Costo	Cantidad estimada mensual	Total en meses	Total en años
Porta retratos	\$ 3,50	6	\$ 21,00	\$ 252,00
Joyero	\$ 2,00	6	\$ 12,00	\$ 144,00
Lapicero	\$ 3,00	6	\$ 18,00	\$ 216,00
Porta inciensos	\$ 6,00	6	\$ 36,00	\$ 432,00
Porta cubiertos	\$ 7,00	6	\$ 42,00	\$ 504,00
Servilletero grande	\$ 2,00	6	\$ 12,00	\$ 144,00
Servilletero pequeño	\$ 0,75	6	\$ 4,50	\$ 54,00
Panera	\$ 7,00	6	\$ 42,00	\$ 504,00
Adornos navideños	\$ 0,60	6	\$ 3,60	\$ 43,20
Billetera	0,6	5	\$ 3,00	\$ 36,00
Bombonera	\$ 1	5	\$ 5,00	\$ 60,00
Caja de regalo	\$ 1	5	\$ 5,00	\$ 60,00
Caja de regalo Papa Noel	\$ 1	5	\$ 5,00	\$ 60,00
Libreta	\$ 2,67	5	\$ 13,35	\$ 160,20
Llavero	\$ 0,6	5	\$ 3,00	\$ 36,00
Bombillo de funda	\$ 1,75	5	\$ 8,75	\$ 105,00
Bombillo de mullos	\$ 1,75	5	\$ 8,75	\$ 105,00
Total			\$ 242,95	\$ 2.915,40

Elaborado por: Ruth López

Tabla 49. Utilidad mensual del año 2016 (artesanías)

Producto	Utilidad mensual	Utilidad anual
Porta retratos	\$ 9,00	\$ 108,00
Joyero	\$ 9,00	\$ 108,00
Lapicero	\$ 9,00	\$ 108,00
Porta inciensos	\$ 12,00	\$ 144,00
Porta cubiertos	\$ 12,00	\$ 144,00
Servilletero grande	\$ 9,00	\$ 108,00
Servilletero pequeño	\$ 4,50	\$ 54,00
Panera	\$ 12,00	\$ 144,00
Adornos navideños	\$ 2,40	\$ 28,80
Billetera	\$ 2,00	\$ 24,00
Bombonera	\$ 5,00	\$ 60,00
Caja de regalo	\$ 5,00	\$ 60,00
Caja de regalo Papa Noel	\$ 2,50	\$ 30,00
Libreta	\$ 6,65	\$ 79,80
Llavero	\$ 2,00	\$ 24,00
Bombillo de funda	\$ 3,75	\$ 45,00
Bombillo de mullos	\$ 3,75	\$ 45,00
Total	\$ 109,55	\$ 1.314,60

Elaborado por: Ruth López

Tabla 50. Proyección en ventas (artesanías)

Rubros	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ventas	\$ 4.230,00	\$ 4.382,28	\$ 4.540,04
Costo	\$ 2.915,40	\$ 3.020,35	\$ 3.129,09
Utilidad	\$ 1.314,60	\$ 1.361,93	\$ 1.410,95

Elaborado por: Ruth López

2.- Lavandería

La Fundación además realiza terapia ocupacional a través del servicio de lavandería, mismo que en años anteriores no ha surgido utilidades representativas, por lo tanto con la implementación de las estrategias de promoción se estima incrementar el número de servicios atendidos en Kilogramos, así mismo se calcula las ventas proyectadas en unidades y costos para identificar las utilidades mensuales y anuales, con el fin de conocer el progreso del servicio de lavandería.

Tabla 51. Proyección de ventas en unidades (lavandería)

Servicio	Precio	Cantidad estimada mensual en Kg	Total en un mes	Total en un año
Lavandería	\$ 0,45	20	\$ 9,00	\$ 108,00

Elaborado por: Ruth López

Tabla 52. Proyección de ventas en costos (lavandería)

Servicio	Costo	Cantidad estimada mensual	Total en meses	Total en años
Lavandería	\$ 0,37	20	\$ 7,40	\$ 88,80

Elaborado por: Ruth López

Tabla 53. Utilidad mensual del año 2016 (lavandería)

Servicio	Utilidad mensual	Utilidad anual
Lavandería	\$ 1,60	\$ 19,20

Elaborado por: Ruth López

Tabla 54. Proyección en ventas (lavandería)

Rubros	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ventas	\$ 108,00	\$ 111,89	\$ 115,92
Costo	\$ 88,80	\$ 92,00	\$ 95,31
Utilidad	\$ 19,20	\$ 19,89	\$ 20,61

Elaborado por: Ruth López

3.- Fisioterapia

En cuanto a fisioterapia es fundamental ejecutar el plan de marketing para externalizar y promocionar el servicio de manera que se conozca las actividades que realiza la institución. Para lo cual se calcula proyecciones en unidades y costos que se pretendería brindar al mes, así como proyecciones de ventas que sirven para identificar las utilidades a futuro de los próximos años y analizar el crecimiento del servicio.

Tabla 55. Proyección de ventas en unidades (fisioterapia)

Servicio	Precio	Cantidad estimada mensual	Total en un mes	Total en un año
Masaje profesional	\$ 7,00	3	\$ 21,00	\$ 252,00
Termoterapia	\$ 9,00	3	\$ 27,00	\$ 324,00
Mecanoterapia	\$ 8,00	3	\$ 24,00	\$ 288,00
Total			\$ 72,00	\$ 864,00

Elaborado por: Ruth López

Tabla 56. Proyección de ventas en costos (fisioterapia)

Servicio	Costo	Cantidad estimada mensual	Total en meses	Total en años
Masaje profesional	\$ 5,25	3	\$ 15,75	\$ 189,00
Termoterapia	\$ 7,16	3	\$ 21,48	\$ 257,76
Mecanoterapia	\$ 6,50	3	\$ 19,50	\$ 234,00
Total			\$ 56,73	\$ 680,76

Elaborado por: Ruth López

Tabla 57. Utilidad mensual del año 2016 (fisioterapia)

Servicio	Utilidad mensual	Utilidad anual
Masaje profesional	\$ 5,25	\$ 63,00
Termoterapia	\$ 5,52	\$ 66,24
Mecanoterapia	\$ 4,50	\$ 54,00
Total	\$ 15,27	\$ 183,24

Elaborado por: Ruth López

Tabla 58. Proyección en ventas (fisioterapia)

Rubros	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ventas	\$ 864,00	\$ 895,10	\$ 927,33
Costo	\$ 680,76	\$ 705,27	\$ 730,66
Utilidad	\$ 183,24	\$ 189,84	\$ 196,67

Elaborado por: Ruth López

Tabla 59. Proyección de utilidades

Servicios	Ventas	Costos	Utilidades 2016	Utilidades 2017	Utilidades 2018
Artesanías	\$ 4.230,00	\$ 2.915,40	\$ 1.314,60	\$ 1.361,93	\$ 1.410,95
Lavandería	\$ 108,00	\$ 88,80	\$ 19,20	\$ 19,89	\$ 20,61
Fisioterapia	\$ 864,00	\$ 680,76	\$ 183,24	\$ 189,84	\$ 196,67

Elaborado por: Ruth López

La proyección de utilidades para los años 2016, 2017 y 2018 de los micro emprendimientos (artesanías, lavandería y fisioterapia), donde los resultados generan utilidad frente a los costos que produce realizar dichas actividades, para lo cual también se ha considerado parte de los costos la publicidad siendo una estrategia de comunicación que sirve fundamentalmente para difundir el mensaje que lleva la Fundación Protección y Descanso de informar a la comunidad sobre las actividades que realizan los beneficiarios con el fin de obtener una participación u oportunidad laboral en el ámbito social, que con su labor hacen de su diario vivir una mejor calidad de vida para sí mismos.

4.3.7 Propuesta de imagen e identidad corporativa

Finalmente y de acuerdo a los resultados de las encuestas en las cuales el 90% promedio de la población representada en la muestra desconoce de la existencia de la FUNPRODE y de cada una de las actividades detalladas y proyectadas en este estudio, urge efectuar una investigación para acentuar la identidad e imagen corporativa de la institución, a fin de las ideas desarrolladas sean proyectadas en función de una elaboración más profesional y técnica , aprovechando para ello los estudios efectuados a la fecha en los Trabajos de Titulación de estudiantes de la escuela de Ingeniería de Empresas de la FADE-ESPOCH y la coyuntura que se presenta también con la escuela de diseño gráfico de la misma institución que diseña el nuevo logotipo institucional.

Por tanto urge posicionar en el entorno local, nacional e internacional a la FUNPRODE desde la perspectiva de los productos y servicios que está en condiciones de ofertar a un mercado social, pero desarrollado la marca institucional que se verá reflejada en cada una de las acciones que ejecuta.

Esta investigación debe ser paralela a lo que significa la introducción de los productos y servicios para captar cada vez a un mayor número de consumidores responsables que sepan lo que adquieren y a que se destina lo que cada uno de ellos paga o pagará por adquirir y/o utilizar los productos y servicios de la FUNPRODE.

CONCLUSIONES

1.-En relación a las características emprendedoras de la Fundación

- ✓ La Fundación Protección y Descanso posee característica de trabajo en equipo, organización y perseverancia para el cumplimiento de sus objetivos institucionales así como de su visión en mejorar su calidad de servicio, esto la ha llevado a crecer como institución siendo reconocida como una organización que trabaja en beneficio de los jóvenes y adultos con discapacidad para mejorar su calidad de vida en el ámbito social y laboral a través de las actividades ocupacionales.

2.- En relación al conocimiento de la existencia de la Fundación en el mercado potencial.

- ✓ La investigación de campo determina que en promedio del 90% de la Población, desconoce la existencia de la Fundación Protección y Descanso (FUNPRODE), por ello su mercado es muy reducido con respecto a la venta de sus artesanías y del resto de servicios que pueden ayudar a fortalecer los procesos autogestionarios internos.

3.- Percepción de la gestión empresarial al interior de la Fundación

- ✓ Aun no se logra insertar la variable empresarial tanto en la gestión de la organización como en la de cada una de las terapias desarrolladas a partir de microempresas que se centran como debe ser más en lo terapéutico, pero que deben proveerse a lo empresarial por a la necesidad de recursos que se requieren para su operación y funcionamiento.

4.- Calidad y proyección de mercado de los bienes y servicios

- ✓ Los bienes y servicios que se ofrece son elaborados bajo la supervisión de profesionales cuyo objetivo es controlar el adecuado desarrollo de sus habilidades físicas e intelectuales a través de la terapia ocupacional, brindando además productos artesanales y servicio de lavandería de calidad. En cuanto a la calidad de atención de terapia física es considerada muy buena al contar con los equipos necesarios para brindar todo tipo de tratamiento.

- ✓ Los microemprendimientos de artesanías, servicio de lavandería y fisioterapia en base a la proyección de ventas y crecimiento, se reflejan de manera progresiva y donde las Personas con Discapacidad pueden mejorar su calidad de vida a través de terapias ocupacionales y actividades que permitan tener una oportunidad laboral, las personas no dudarían en adquirir el bien o servicio.

5.- Con relación a la propuesta; perspectivas:

5.1 Fisioterapia

- ✓ El servicio de terapia física actualmente atiende solo a los beneficiarios de la Fundación y padres de familia, para mejorar su condición física ayudando a la movilidad de su cuerpo o músculo.
- ✓ El área de terapia física se encuentra equipada para brindar todo tipo de tratamiento a cualquier lesión o necesidad terapéutica que se requiera, ya que además cuentan con una profesional dispuesta a cumplir y atender las necesidades.

5.2 Artesanías

- ✓ Las artesanías que elaboran los beneficiarios de la Fundación son muy apreciados por las personas que lo adquieren, sin embargo estos productos son desconocidos en el mercado, ya que no se ha manejado un proceso de comercialización enfocado a la terapia ocupacional.

5.3 Reciclaje

- ✓ El proceso de reciclaje de papel se utiliza como una terapia para mejorar las habilidades y destrezas, para la elaboración de productos con material reciclado, se utiliza maquinaria recicladora que poseen utilizando el desperdicio de papel como una oportunidad para crear nuevos productos.

5.4 Lavado y secado de ropa

- ✓ La tarea de lavado y secado de ropa es una terapia que influye para mejorar las habilidades de los beneficiarios, pero el rendimiento ha sido bajo, debido a que los resultados del volumen de ventas son inferiores en comparación a los gastos ocasionados por la compra de ingredientes para la tarea del lavado teniendo en cuenta que este servicio es desconocido en el mercado local.

6.- Sistemas de costos

- ✓ La carencia de un sistema de registro de ingresos, egresos e información contable adecuada dificulta determinar y analizar la situación de los bienes y servicios además el analizar la información financiera de las actividades que se realiza en cada área de trabajo.
- ✓ El proceso de estimar costos y precios para las artesanías, servicio de lavandería y fisioterapia se realiza de forma empírica ya que al no contar con una estructura de costos donde se identifique los gastos de materiales o ingredientes que se necesitan retrasa y dificulta fijar precios para los bienes y servicios.

7.- Sistemas de comercialización

- ✓ La Fundación maneja su comercialización por la participación en eventos y al carecer de un plan comercial donde es importante adoptar mecanismos publicitarios para promocionar y difundir los bienes y servicios se disminuye el mercado consumidor.

8.- Capacidad Técnica institucional para la viabilidad de la propuesta

- ✓ La FUNPRODE no cuenta con capacidad técnica para la ejecución de la propuesta, ya que su conformación está más relacionada exceptuando en Fisioterapia, por profesionales más relacionados con educación y servicio social y no precisamente está conformado por administradores.

RECOMENDACIONES

1.-En relación a las características emprendedoras de la Fundación

- ✓ Desarrollar programas de motivación empresarial con los padres de familia, Facilitadores y voluntarios, a fin de que se conviertan en guías técnicos para la ejecución de las distintas actividades que la FUNPRODE desarrolla.

2.- En relación al conocimiento de la existencia de la Fundación en el mercado potencial.

- ✓ Se recomienda efectuar con el apoyo de la FADE y la Escuela de Diseño Gráfico de la ESPOCH, una investigación para desarrollar el tema de identidad e imagen corporativa, a fin de desarrollar la marca tanto de la Fundación insertada en cada uno de los bienes y servicios que oferta.

3.- Percepción de la gestión empresarial al interior de la Fundación

- ✓ Es importante sugerir que padres de familia, facilitadores y voluntarios, adquieran a través de la capacitación, destrezas técnicas mínimas relacionadas con la gestión empresarial, y dentro de ellas: costos, técnicas de ventas, diseño artesanal, entre otros temas que les permitirán ser más eficientes en cada una de sus actividades.

4.- Calidad y proyección de mercado de los bienes y servicios

- ✓ Mantener el sistema control y supervisión por parte de los profesionales para que los jóvenes y adultos con discapacidad desarrollen sus habilidades y destrezas correctamente y por medio de terapias brindar productos artesanales de calidad y prestar servicios de lavandería y fisioterapia que sean competitivos en el mercado.
- ✓ Los resultados de los bienes y servicios se proyectan favorablemente y se puede repartir excedentes a los beneficiarios siendo parte de la recompensa por realizar adecuadamente sus actividades ocupacionales y lograr mejorar sus habilidades y destrezas.

5.- Con relación a la propuesta; perspectivas:

5.1 Fisioterapia

- ✓ Se recomienda abrir el servicio al público, para ello se deberá desarrollar un tarifario que permita el acceso de todo tipo de clientes que puedan entender, que a través de su participación, ayudan a que el servicio se auto gestione.
- ✓ Se sugiere buscar los mecanismos que permitan que el servicio adquiera nuevas tecnología para facilitar de mejor manera la recuperación de quienes acuden o acudan al mismo.

5.2 Artesanías

- ✓ Aprovechar las redes sociales para a manera de catálogos promocionar a cada uno de las creaciones de productos que se logran efectuar para el mercado.

5.3 Reciclaje

- ✓ Se sugiere dar mayor utilidad al equipo de reciclaje en virtud que la demanda de este tipo de productos en especial de papel reciclado, es creciente en el mercado.

5.4 Lavado y secado de ropa

- ✓ Se recomienda implementar las estrategias de comercialización en función de los resultados de las encuestas al respecto, elaborando para ello un tarifario que sea accesible y competitivo.

6.- Sistemas de costos

- ✓ Se recomienda desarrollar un sistema de costos por bien y servicio, ya que la producción de artesanías no es en serie, sino más bien es limitada y de acuerdo a las estacionalidades del mercado, tomando en consideración que los costos de mano de obra son cubiertos en unos casos deduciendo el aporte del MIES por facilitador, en otros es tomado como colaboración de facilitadores, padres de familia y voluntarios y la materia prima en algunos casos es donada y se la recicla para darle formas y colores.

7.- Sistemas de comercialización

- ✓ Poner en marcha el plan comercial para comercializar los bienes y servicios de forma adecuada y mejorar el nivel de ingresos involucrando a todos los beneficiarios a través

de terapias que favorecen a su desarrollo personal y cognitivo, de esta manera la población consumiría productos responsables provenientes de un trabajo significativo.

8.- Capacidad Técnica institucional para la viabilidad de la propuesta

- ✓ Se recomienda ir fortaleciendo la vinculación con la ESPOCH, UNACH y otras organizaciones, a fin de lograr a través de la capacitación y asistencia técnica, la formación de capacidades técnicas y empresariales básicas en Facilitadores, voluntarios y padres de familia.

BIBLIOGRAFÍA

- De Asís, A. (2003). Manual y Ayuda para la Gestión de Entidades no Lucrativas. Madrid: Fundación Luis Vives.
- Flores, R. C. (2003). Derechos y Discapacidad de Las Palabras a Los Hechos. Quito: Edinun Cia Ltda.
- Kotler, G. A. (2010). Fundamentos del Marketing. México: Pearson Educacion.
- Kotler, P. (2012). Dirección de Marketing. México: Pearson Educacion.
- Mendive, D. (1999). Marketing Social. Buenos Aires: Santa Maria S.A.
- Millas, V. (2005). Guía Práctica para la elaboración de un Programa de Integración Laboral de Personas con Discapacidad. Santiago de Chile: Acción RSE.
- Fundación Protección y Descanso. (2015). Revista Informativa. "INCLUYEME", Riobamba: Freire.

INTERNET

- Bozzalla Estefania, C. (2013). RSE: Discapacidad e Inclusión Laboral . Licenciatura en Administración de Cooperativas y Mutuales, Buenos Aires, Universidad Catolica de Santa Fe , Facultad de Ciencias Económicas.
- CONADIS. (2014). Inclusión de Personas con Discapacidad. Recuperado de, Guia de atencion a Personas con Discapacida:
- http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/guia_atencion_personas_discapacidad.pdf

Correa, X. T. (2014). La Responsabilidad Social en el ámbito de la Discapacidad. Revista Ekos, 106. Obtenido de: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1094.pdf>

Fundación Nacional de Discapacitados. (2011). RSE Responsabilidad Social Empresarial en Discapacidad. Recuperado de: [http://www.fnd.cl/:](http://www.fnd.cl/http://www.fnd.cl/RSEResponsabilidadSocialEmpresarialenDiscapacidad.html)
<http://www.fnd.cl/RSEResponsabilidadSocialEmpresarialenDiscapacidad.html>

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. (2012). Gobierno de España. Recuperado de: <http://www.feaps.org/files/Documentos/CEEcompleto.pdf>

Asamblea Nacional, República del Ecuador (2012). Ley Orgánica de Discapacidades. Suplemento- Registro Oficial N° 796. Quito: Asamblea Nacional.

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2014). Norma Técnica de Discapacidades. Recuperado de: Servicios y programas para Personas con Discapacidad: <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/Norma-Tecnica-discapacidades-24-02-14.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Glosario de términos

Discapacidad: Son las limitaciones, impedimentos o dificultades que tiene un ser humano para realizar determinadas actividades cotidianas “normales”, debido a la alteración de sus funciones físicas, auditivas, visuales, intelectuales. La discapacidad puede ser adquirida (ej. Causada por algún accidente) o congénita (de nacimiento), temporal o permanente, y por limitaciones del medio, como barreras y la no equiparación de oportunidades. (CONADIS, 2014)

Persona con Discapacidad: Según al Art, 6 de la (Ley Orgánica de Discapacidades, 2012), se considera Persona con Discapacidad a toda aquella que, con consecuencia de una o más deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, con independencia de la causa que la hubiera originado, ve restringida permanentemente sus capacidad biológica, sicológica y asociativa para ejercer una o más actividades esenciales de la vida diaria.

Discapacidad intelectual. Se caracteriza por limitaciones significativas tanto en funcionamiento intelectual (razonamiento, planificación, solución de problemas, pensamiento abstracto, comprensión de ideas complejas, aprender con rapidez y aprender de la experiencia) como en conducta adaptativa (conceptuales, sociales y prácticas), que se han aprendido y se practican por las personas en su vida cotidiana. Restringiendo la participación comunitaria y en estrecha relación con las condiciones de los diferentes contextos en que se desenvuelve la persona. Esta discapacidad aparece antes de los 18 años y su diagnóstico, pronóstico e intervención son diferentes a los que se realizan para la discapacidad mental y la discapacidad psicosocial.

Microemprendimiento: Se denomina microemprendimiento a diversos tipos de microempresas que generan ganancias, que son de propiedad y administración de los propios emprendedores que trabajan ellos mismos en estas empresas y que en general no tienen empleados, si no que se trata de emprendimientos individuales o familiares que requieren una muy baja inversión y su forma jurídica puede encuadrarse casi siempre

(según la legislación económica de cada estado o según los criterios diversos de los economistas) dentro de la llamada economía informal. (Luis, s.f.)

Terapia ocupacional: La Terapia Ocupacional (T.O) es “el conjunto de técnicas, métodos y actuaciones que, a través de actividades aplicadas con fines terapéuticos, previene y mantiene la salud, favorece la restauración de la función, suple los déficit invalidantes y valora los supuestos comportamentales y su significación profunda para conseguir la mayor independencia y reinserción posible del individuo en todos sus aspectos: laboral, mental, físico y social” (OMS, 2001)

Terapia física o fisioterapia: Es "la ciencia del tratamiento a través de: medios físicos, ejercicio terapéutico, masoterapia y electroterapia. Además, la Fisioterapia incluye la ejecución de pruebas eléctricas y manuales para determinar el valor de la afectación y fuerza muscular, pruebas para determinar las capacidades funcionales, la amplitud del movimiento articular y medidas de la capacidad vital, así como ayudas diagnósticas para el control de la evolución". (OMS, 2001)

Anexo 2. Cuestionarios



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar la satisfacción de la población respecto a las artesanías que ofrece la Fundación Protección y Descanso, de la ciudad de Riobamba.

Datos informativos: **Sexo:** Femenino _____ Masculino _____
Edad: 20 a 30 años _____ 31 a 40 años _____ 41 a 50 años _____ 51 a 60 años _____
Ocupación: _____ **Número de miembros en la familia** _____

Instrucción: Lea detenidamente cada pregunta y conteste de la manera más honesta posible.

1. **¿Ha adquirido algún tipo de artesanías?**
Sí _____ No _____
Si su respuesta es negativa pase a la pregunta # 4
2. **¿Con qué frecuencia compra artesanías?**
1 vez al año _____ 3 veces al año _____
2 veces al año _____ Más de 4 veces al año _____
3. **¿Qué tipo de artesanías prefiere?**
Adornos en madera _____ Bisutería _____
Adornos con material reciclado _____ Encuadernación _____
Adornos e implementos de cocina _____ Adornos navideños _____
4. **¿Conoce Ud. la Fundación Protección y Descanso, una organización inclusiva dedicada a prestar servicios de: Terapia Ocupacional, Fisioterapia, Hidroterapia, Terapia Virtual y Aromaterapia?**
Sí _____ No _____
5. **¿Sabe qué tipo de artesanías se elaboran en la Fundación Protección y Descanso?**
Sí _____ No _____
6. **¿Qué características considera usted que debe tener una tienda de artesanías para que sea competitiva?**
Buena Atención _____ Ubicación _____ Diseño _____
Calidad de productos _____ Precio _____ Variedad _____
7. **¿Le gustaría adquirir artesanías elaboradas en la microempresa inclusiva de la Fundación Protección y Descanso?**
Sí _____ No _____
8. **¿Cuánto dinero destinaría para comprar artesanías?**
Menos de 5 dólares _____ De 11 a 15 dólares _____
De 5 a 10 dólares _____ Más de 16 dólares _____
9. **¿A través de qué medios prefiere recibir información sobre las artesanías que ofrece la Fundación Protección y Descanso?**
Radio _____ Televisión _____ Página de la Fundación _____
Prensa _____ Redes sociales _____ Volantes/Afiches _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar la satisfacción de la población respecto al servicio de lavado y secado de ropa que ofrece la Fundación Protección y Descanso, de la ciudad de Riobamba.

Datos informativos: **Sexo:** Femenino _____ Masculino _____
Edad: 20 a 30 años _____ 31 a 40 años _____ 41 a 50 años _____ 51 a 60 años _____
Ocupación: _____ **Número de miembros en la familia** _____

Instrucción: Lea detenidamente cada pregunta y conteste de la manera más honesta posible.

1. **La tarea de lavado de ropa Ud. lo realiza en:**
Servicio de lavandería _____ Su domicilio _____
2. **¿Con que frecuencia realiza el lavado de ropa?**
1 vez por semana _____ 3 veces por semana _____
2 veces por semana _____
3. **¿Conoce Ud. la Fundación Protección y Descanso, una organización inclusiva dedicada a prestar servicios de: Terapia Ocupacional, Fisioterapia, Hidroterapia, Terapia Virtual y Aromaterapia?**
Sí _____ No _____
4. **¿Sabía Ud. que la Fundación Protección y Descanso ofrece el servicio de lavado y secado de ropa?**
Sí _____ No _____
5. **¿Le gustaría utilizar el servicio de lavado y secado de ropa de la microempresa inclusiva de la Fundación Protección y Descanso?**
Sí _____ No _____
6. **¿En qué días preferiría utilizar el servicio de lavandería?**
Lunes _____ Miércoles _____ Viernes _____
Martes _____ Jueves _____ Sábado _____
7. **¿Cuáles son los aspectos importantes que Ud. considera al momento de utilizar el servicio de lavandería?**
Atención al cliente _____ Quitado las manchas _____
Puntualidad en la entrega _____ Suavizante y Perfumado _____
Cuidado de las prendas _____ Precio _____
8. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por kg., de ropa lavada y secada?**
0,75 ctvs. _____ 1,50 dólar _____
1,00 dólar _____ 2,00 dólares _____
9. **¿De las siguientes opciones cuál estaría dispuesto a dejar en el servicio de lavandería y secado?**
Prendas de vestir _____ Cobijas _____ Mantales _____
Cobertores/Edredones _____ Sábanas _____
Cubrecamas _____ Toallas _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar la satisfacción de la población respecto al servicio de fisioterapia que ofrece la Fundación Protección y Descanso, de la ciudad de Riobamba.

Datos informativos: **Sexo:** Femenino _____ Masculino _____

Edad: 20 a 30 años _____ 31 a 40 años _____ 41 a 50 años _____ 51 a 60 años _____

Ocupación: _____ **Número de miembros en la familia** _____

Instrucción: Lea detenidamente cada pregunta y conteste de la manera más honesta posible.

1. **¿Ha utilizado alguna vez los servicios de fisioterapia?**
Sí _____ No _____
2. **¿Cuántas veces utiliza los servicios de fisioterapia?**
Diario _____
1 vez a la semana _____
1 vez al mes _____
2 veces al mes _____
Otra _____ Cuál _____
3. **¿Conoce Ud. que la Fundación Protección y Descanso, una organización inclusiva dedicada a prestar servicios de: Terapia Ocupacional, Fisioterapia, Hidroterapia, Terapia Virtual y Aromaterapia?**
Sí _____ No _____
4. **¿Sabía Ud. que la Fundación Protección y Descanso ofrece los servicios de fisioterapia?**
Sí _____ No _____
5. **¿Le gustaría utilizar los servicios de fisioterapia de la microempresa inclusiva de la Fundación Protección y Descanso?**
Sí _____ No _____
6. **¿Cuáles son sus prioridades al requerir los servicios de fisioterapia?**
Atención al cliente _____ Precio _____
Equipos utilizados _____ Resultados _____
Experiencia profesional _____ Instalaciones _____
7. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio?**
15,00 dólares _____
20,00 dólares _____
25,00 dólares _____
8. **¿A través de qué medios prefiere recibir información sobre los servicios de fisioterapia que ofrece la Fundación Protección y Descanso?**
Radio _____ Televisión _____ Página de la Fundación _____
Prensa _____ Redes sociales _____ Volantes/Afiches _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 3. Observación

Link del video de los microemprendimientos:

<https://www.youtube.com/watch?v=51AIOGo9A78>

